



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

## **ÁREA ADMINISTRATIVA**

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Emprendimientos y cadenas de valor con la aplicación de los iconos precolombinos en la industria artesanal de la ciudad de Loja, 2013.**

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

AUTOR: Villacís Valarezo, Andrés Rigoberto

DIRECTOR (A): Álvarez Gálvez, Luz Esther, MSc.

LOJA-ECUADOR

2014

## **APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN**

Magister.

Luz Esther Álvarez Gálvez

### **DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: Emprendimientos y cadenas de valor con la aplicación de los iconos precolombinos en la industria artesanal de la ciudad de Loja, 2013 realizado por Villacís Valarezo Andrés Rigoberto, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Marzo de 2014

f).....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Villacís Valarezo Andrés Rigoberto declaro ser autor del presente trabajo de fin de titulación: Emprendimientos y cadenas de valor con la aplicación de los iconos precolombinos en la industria artesanal de la ciudad de Loja, 2013, de la titulación de Administración de Empresas, siendo Luz Esther Álvarez Gálvez directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....

Autor.....

Cédula.....

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño dedico este trabajo a mis padres Irma Valarezo y Rigoberto Villacís, que con su apoyo incondicional me han sabido guiar por el camino del bien, inculcándome valores y principios dignos de superación y entrega, gracias a ustedes padres queridos hoy puedo ver alcanzada una de mis tantas metas propuestas, siempre han estado impulsándome para seguir adelante en mi vida estudiantil.

De igual manera quiero dedicarle a mi esposa María Dolores Ruiz que me impulsa día a día para ser una mejor persona y un buen profesional, y por ultimo a mi bella hija Doménica que es mi inspiración para seguir mejorando y preparándome.

## **AGRADECIMIENTO**

Le doy gracias a mi familia que es el pilar fundamental de mi vida.

De manera especial a mi adorada madre que ha sido mi sustento y fuerza diaria, siendo un espejo integro en donde poder guiarme.

Agradezco a la Universidad Técnica Particular de Loja por brindarme un espacio para formarme dentro de sus aulas, así mismo quiero agradecer a todos los profesores por su constante colaboración, siendo parte esencial de mi formación profesional.

También mi agradecimiento especial a mi directora de tesis, la MSc Luz Esther Álvarez que supo orientarme con sus conocimientos y experiencia, además de apoyarme constantemente para la elaboración de este trabajo.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	VI
RESUMEN EJECUTIVO .....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
<b>CAPÍTULO 1. ICONOGRAFÍA PRECOLOMBINA EN EL ECUADOR</b>	
1.1 Iconografía.....	6
1.1.1 Etimología .....	6
1.1.2 Definición .....	6
1.1.3 Utilidad de la Iconografía .....	7
1.1.4 Niveles Iconográficos .....	7
1.2 Periodos Precolombinos en el Ecuador .....	9
1.2.1 Rasgos Principales .....	10
1.3 Panorámica de la gráfica prehispánica aplicada al diseño en el Ecuador.....	14
1.4 Iconografía Prehispánica en Indumentaria .....	15
<b>CAPÍTULO 2. CADENAS DE VALOR EN LA INDUSTRIA ARTESANAL</b>	
2.1 Cadenas de Valor.....	19
2.1.1 La Cadena de Valor de Michael Porter .....	21
2.1.2 Cadenas de Valor Empresarial.....	23
2.1.3 Cadenas de Valor Artesanal .....	24
2.2 Cadenas de Valor con la moda precolombina en Loja.....	38
2.2.1 Experiencia de Diseño partir de la Gráfica rupestre de Loja .....	39

2.3 Instituciones y empresas que trabajan con propuestas de difusión de la identidad de Ecuador y ruta de las organizaciones que generan propuestas artísticas y artesanales con el tema Precolombino .....	40
---	----

### **CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO DE PRODUCTOS CON ICONOS PRECOLOMBINOS**

3.1 Mercado.....	45
3.1.1 Tipos de mercado .....	45
3.2 Estudio de mercado .....	46
3.2.1 Tipos de estudio de mercado .....	46
3.3 Investigación de mercado cualitativa .....	47
3.3.1 Grupos focales .....	47
3.3.2 Resultados del grupo focal realizado .....	47
3.4 Investigación de mercado cuantitativa.....	48
3.4.1 Objetivos generales y específicos (encuesta dirigida a los artesanos) .....	49
3.4.2 Cálculo de la muestra .....	49

### **CAPÍTULO 4. RESULTADOS DE LA SOCIALIZACIÓN DE LOS ICONOS PRECOLOMBINOS**

4.1 Análisis de los resultados del instrumento de investigación .....	55
---	----

### **CAPÍTULO 5. PLAN DE NEGOCIO**

5.1 Justificación del plan de negocio .....	107
5.2 Estudio preliminar de nuevos emprendimientos.....	107
Conclusiones .....	139
Recomendaciones.....	140

Bibliografía

Anexos

## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como finalidad socializar la Iconografía Precolombina entre los artesanos de la ciudad de Loja y la provincia; con el propósito, de generar ideas y proyectos de emprendimiento utilizando materias primas locales y regionales, dirigido a innovar procesos productivos, utilizar nuevos y variados diseños en la fabricación de artesanía decorativas y utilitarias que determina elevar el valor agregado de la mano de obra y que su talento puede ser explotado a nivel mundial.

Se realizó una investigación amplia en las ciudades de Loja, Saraguro, Gonzanamá y San Lucas para conocer las actividades productivas que vienen realizando los artesanos.

Se indicó nuevos e innovados diseños precolombinos elaborados por los estudiantes de la titulación de Arte y Diseño de la Universidad Técnica Particular de Loja, que les servirían para su trabajo.

Destacamos que los artesanos se mostraron contentos y entusiasmados de ser parte de este proyecto que les servirá para crear sus propias empresas y trabajar con toda su familia.

Los resultados de la investigación reflejan que la población joven y adulta tienen preferencia para adquirir artesanía con diseños ancestrales.

**PALABRAS CLAVES:** Iconografía, cadena de valor, emprendimientos, arte, mano de obra, diseños, trabajo en equipo, forma de vida, ancestral.



## ABSTRACT

This project is intended to socialize the pre-Columbian iconography among artisans of Loja city and its province; with the purpose of generating ideas and entrepreneurship projects using raw local and regional materials, to innovate processes, using new and varied designs in the manufacture of functional and decorative crafts that determine to raise the added value of the labor, so this talent can be exploited globally.

A wide investigation was held in the cities of Loja, Saraguro, Gonzanamá and San Lucas to identify productive activities that are made by handicraft workers.

New and innovated pre-Columbian designs were taught by the students of the Art and Design Degree of Universidad Técnica Particular de Loja that will be useful for their work.

We emphasize that the artisans were happy and excited to be part of this project that will help them to create their own businesses and work with their families.

The results of this research reveal that the young and adult population prefers to buy crafts with ancient designs.

**KEY WORDS:** Iconography, value chain, enterprises, art, workmanship, design, team work, way of life, ancestral.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación nace con la inquietud de poder determinar criterios con los que tendrían que ser utilizadas las diferentes manifestaciones artísticas de la época precolombina en la industria generando valor agregado en el sector productivo artesanal.

En el desarrollo del presente proyecto se socializará entre los artesanos y empresarios de la ciudad de Loja con la finalidad de buscar nuevos emprendedores en varias líneas de producción utilizando los íconos iconográficos precolombinos, con el fin de generar proyectos innovadores en el campo de la producción de productos artesanales con un valor agregado de “identidad” con un margen de sostenibilidad. Los artesanos estuvieron siempre prestos a colaborar y asistir a las reuniones para socializar el tema.

La investigación es un estudio científico, descriptivo y pragmático, porque requiere del conocimiento de las ciencias administrativas para aplicar la investigación iconográfica realizada por los investigadores de la titulación de Arte y Diseño. Resaltamos que también es un estudio hemerográfico y bibliográfico, por cuanto para su realización inicial nos vemos en la necesidad de recurrir a fuentes secundarias e información que se publica gratuitamente en páginas electrónicas o documentos impresos y textos de ciencias administrativas.

La investigación y desarrollo de esta tesis pretende rescatar y dar a conocer la iconografía precolombina en la ciudad y provincia de Loja, que los artesanos sepan que este es un campo que se puede explotar de gran manera, como ya se lo ha hecho en otros países del mundo, dando excelentes resultados en la economía de quienes han incursionado o han explotado el uso de este tipo de arte. A través de este proyecto, se ha podido llegar a más de 100 artesanos de diferentes sitios de la provincia, explicarles el significado que tienen estos diseños que podrían ser plasmados en diferentes prendas de vestir e incluso en útiles escolares y bisutería, generando así una nueva forma de trabajo.

La presente investigación pretende aplicar un trabajo de recopilación, análisis, clasificación, digitalización y dibujo de las creaciones artísticas del hombre ecuatoriano en la época precolombina, en la industria artesanal de la ciudad de Loja. Por otro lado, es importante tener en cuenta que el acervo iconográfico precolombino ha sido utilizado en nuestro país como elemento de identidad a través de objetos artesanales, los mismos que a pesar de la intensión no tienen una base de investigación en la que vinculen un análisis de la expresión gráfica propia de los pueblos indígenas que las generaron y su aplicación a las necesidades actuales, quedando sin contenido el tema de la identidad.

Este trabajo se divide en cinco partes:

En el capítulo uno se habla todo lo referente a lo que es la iconografía precolombina, como su significado y definición, etimología, utilidad, los diferentes niveles iconográficos, los periodos precolombinos en el Ecuador y sus principales rasgos arqueológicos y textiles. Además se da a conocer la panorámica de la gráfica prehispánica aplicada al diseño en el Ecuador en indumentaria.

El capítulo dos se centra en la explicación de lo que son las cadenas de valor, es decir el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa, desde que se inicia con la materia prima hasta que se llega a la distribución del producto terminado. De igual forma se da a conocer cuáles son las instituciones y empresas que trabajan con propuestas de difusión de la entidad de Ecuador y organizaciones que generan propuestas artísticas y artesanales con el tema precolombino. Se incluye varias historias de artesanos locales que elaboran diferentes tipos de artesanía y como esta forma de vida se ha heredado generación tras generación.

En el capítulo tres se realiza un estudio de mercado de los productos con iconografía precolombina, para lo cual se utilizó el 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.

En el capítulo 4 se presentan los resultados obtenidos del estudio de mercado, que se realizó mediante encuestas a la parte ofertante del producto que son los artesanos y propietarios de almacenes deportivos de la ciudad de Loja, y también del mercado objetivo a los alumnos del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja.

En el capítulo cinco se realiza un perfil de proyecto mediante varias propuestas para comercializar productos con iconografía precolombina siendo la base la bisutería y uniformes deportivos.

## **CAPÍTULO I**

### **ICONOGRAFÍA PRECOLOMBINA EN EL ECUADOR**

## **1.1 Iconografía**

### **1.1.1. Etimología.**

Según Torres (2011), la iconografía proviene del griego eikon (imagen) y graphein (escribir) o "descripción de imágenes". Es el material pictórico que ilustra un tema y se refiere además a las imágenes tradicionales o símbolos asociados con un sujeto, especialmente religioso o legendario.

### **1.1.2. Definición.**

Todo lo referente a la descripción de cuadros, pinturas, monumentos, estatuas y retratos engloba la iconografía. El término se relaciona al conjunto de imágenes, al informe o exposición descriptiva sobre éstas, sobre todo de aquellas que son antiguas.

La iconografía es una rama que empezó a cultivarse en el siglo XIX en Londres (Inglaterra) y luego se expandió hacia otros países europeos. Es la disciplina que se basa en el estudio del origen y la elaboración de las imágenes y sus relaciones simbólicas y/o alegóricas.

En un estudio Zarate (1991), "la iconografía está asociada al concepto de iconología, que es la parte de la semiología y la simbología que se encarga de analizar las denominaciones visuales del arte".

La mitología de carácter cristiano, la mitología clásica y las representaciones de inspiración civil son las principales áreas que abarca la iconografía.

Según la investigación de Sanz (2009), no cabe duda que la iconografía sea uno de los discursos más poderosos de la historia del arte occidental. Se ha centrado en categorías como significado y contenido, la iconografía ha supuesto una manera de explorar aspectos concretos de los objetos artísticos que bajo la órbita del formalismo habían conseguido poca consideración en la disciplina. Es quizá este semblante de la iconografía como método para la extracción de información de objetos aparentemente áfonos lo que la transforma en una herramienta de inmenso valor. Este es especialmente el caso cuando tratamos con la producción artística de las sociedades que han venido a catalogarse como "sociedades antiguas" o "antiguas civilizaciones", las categorías liminales que, ya desde los primeros momentos del evolucionismo, surgieran como nudo de enlace entre las peyorativamente consideradas "sociedades primitivas" y la magnificada cultura occidental. En este caso, la iconografía se transforma en una práctica académica cuyo objetivo es extraer información

de algunos aspectos culturales que, según la mayoría de opiniones en arqueología, muestran poca o ninguna visibilidad en la aridez del registro arqueológico.

### **1.1.3. Utilidad de la iconografía.**

Teniendo en cuenta la época, se puede conocer el valor artístico de una obra a través de las investigaciones desarrolladas en la iconografía; es decir que engloba las obras en un contexto socio-cultural e histórico. Este estudio se divide en dos partes:

Diacrónica.- que estudia los antecedentes y el proceso de desarrollo de la obra.

Sincrónica.- que analiza los aspectos socio-culturales que han influido en el autor.

En el año 1570 ya había un interés marcado por la iconografía, los temas cristianos son uno de los campos más famosos de este arte, de hecho, en ese año se publicó “Sobre las Pinturas y las Imágenes Santas”, una obra en forma de ensayo donde se describen los aspectos fundamentales con los que debe contar una pintura para pertenecer a este género (Zarate, 1991).

En cuanto a lo religioso, se denomina iconografía a la representación de lo divino en forma visual, mediante dibujos, pinturas o estatuas (íconos). La Iglesia ortodoxa oriental y la católica defienden la utilización de estas imágenes siempre que se considere que la adoración no está dirigida a la imagen sino a lo que representa.

Otra de las temáticas que se distinguen en la iconografía son las personificaciones, a través de las cuales se pudieron comprender muchas cuestiones históricas de personajes que han influido en la historia de la humanidad.

Un tipo de figuras simbólicas en las que se utilizaba un lenguaje figurativo, son los emblemas, y fueron otras de las imágenes estudiadas. Estas estaban más cerca de los jeroglíficos que de las pinturas abstractas con atributos particulares.

### **1.1.4. Niveles iconográficos.**

Panofsky (1955) conceptualizó la existencia de tres niveles o estratos de significado en cualquier obra de arte dada. Estos tres niveles son: el pre – iconográfico, el iconográfico y el iconológico. Cada uno de estos tres niveles es cognoscible de acuerdo con tres diferentes procedimientos metodológicos, específicos para cada nivel en particular. Existe, además, una clara y determinante jerarquía por la que los análisis han de llevarse a cabo del nivel

más elemental. Según Panofsky estos tres niveles de significado formaban en realidad un todo orgánico, separable tan sólo por razones pragmáticas.

El análisis pre – iconográfico tiene como objetivo principal la identificación y clasificación de los objetos y las situaciones que pertenecen a nuestra experiencia cotidiana. Se adquiere mediante nuestra experiencia práctica, ya que es sensible y permanece a nivel fenoménico. Este nivel abarca todo lo que podemos identificar como forma pura; es, como indicó Panofsky, el mundo de los motivos artísticos.

El análisis iconográfico consiste en la determinación de motivos, tanto aislados como en combinación, que pueden ser relacionados con temas como la historia, alegorías o mitos que componen el contenido de la imagen. Mientras que el nivel pre-iconográfico es sensible, el iconográfico es inteligible: las historias, mitos y alegorías mostradas necesitan de un proceso de interpretación, identificación, reflexión y conocimiento lejos de los simples procesos de percepción de formas. Uno de los objetivos básicos del análisis iconográfico es determinar los modos en que ciertos temas han sido representados histórica y espacialmente; su objetivo, por tanto, es el conocimiento de la esfera de los significados convencionales. Un prerrequisito indispensable para la realización de un análisis iconográfico es conocimiento de las fuentes literarias para identificar los temas representados, a los que se presupone una fuerte dependencia de aquéllas.

El nivel iconológico es en oposición a los niveles anteriores, esencial: con el análisis iconológico se pretende recuperar el significado de una obra de arte a través del uso de una “intuición sintética”.

La existencia de estos tres niveles de significado se asume como presente en cualquier imagen dada. No obstante, para no denigrar el contexto histórico en la búsqueda de todos y cada uno de estos tres niveles, Panofsky introdujo tres principios correctivos correspondientes a dichos niveles: para el nivel pre-iconográfico, el investigador debería estar familiarizado con la historia del estilo esto es, la manera en la que, a lo largo de la historia, distintos objetos y situaciones han tomado distintas formas; el nivel iconográfico necesita de un conocimiento de la historia de los tipos o, dicho de otra manera, del modo en el que los temas se han ido representando, bajo distintas condiciones históricas, a través de objetos y situaciones); por último, el análisis iconológico necesita de un conocimiento profundo de la historia cultural en general para así determinar las maneras en las que históricamente se han representado las tendencias esenciales de la mente humana (Sanz, 2009).

## 1.2 Periodos precolombinos en el Ecuador

En la publicación de Ochoa Cobos (2011), Ecuador Antiguo equivale lo mismo a decir Ecuador Precolombino o Ecuador Prehispánico, en todos los casos estaremos haciendo referencia a los hechos históricos que ocurrieron en el territorio de nuestro actual país desde 12,000 A.P. (antes del presente) o 10,000 a.C. (antes de cristo) hasta la conquista española, hecho que inicia con la captura de Atahualpa en Cajamarca (actual Perú) en 1,532 d.C., erradamente a esta Era también le suelen llamar "prehistórica" ya que se supone que las culturas sudamericanas no disponían de escritura, esta antigua creencia sostiene que las culturas prehispánicas de Perú, Bolivia y Ecuador lo único que disponían era de los Quipus que les servían para almacenar información numérica.

En la actualidad los historiadores y sobre todo arqueólogos han dividido al Ecuador Antiguo en cuatro eras o etapas:

Precerámico (10,000 a.C. - 3,600 a.C.)

Formativo (3,600 a.C. - 500 a.C.)

Desarrollo Regional (500 a.C. - 500 d.C.)

Integración (500 d.C. - 1532 d.C.)

Según esta división:

-El "Precerámico" sería el equivalente al Paleolítico del viejo mundo.

-El "Formativo" equivale al "Neolítico".

-La fase de "Desarrollo Regional" se caracteriza por una época en la que ya hay una agricultura intensiva, jerarquización de clases sociales, división del trabajo y un tipo de líderes diferentes a los sacerdotes o shamanes.

-La fase de "Integración" hace referencia a la unión de grupos étnicos que darían paso a los Señoríos, de los cuales no todos darían paso a la formación de Protoestados y Estados.

La evolución social de las sociedades y culturas según los expertos en Sociología e Historia (a nivel internacional) está determinada por tres estadios:

- Salvajismo
- Barbarie
- Civilización



Cabe destacar que ninguno de estos términos en este contexto tiene la intención de ser ofensivo, sin embargo no todas las culturas llegan a alcanzar los tres estadios de evolución.

El primer estadio estaría determinado por una sociedad de cazadores, recolectores y nómadas.

El segundo estadio tendría en su haber ya a una sociedad sedentaria y que viviría en Aldeas agrícolas, y en una etapa más desarrollada de este estadio las sociedades estarían organizadas en Señoríos.

El estadio de civilización está caracterizado por una sociedad que tiene un estilo de vida ciudadano. En el caso del Ecuador, después de la cultura Valdivia todas las culturas inician ya desde el estadio de Barbarie.

Los principales asentamientos de las sociedades en sus distintas épocas son: aldeas, centros señoriales o administrativos y ciudades, los cuales se suceden en ese orden.

### **1.2.1 Rasgos principales.**

#### **Precerámico (10,000 a.C. - 3,600 a.C.):**

Este periodo se caracteriza por su economía de simple cooperación, es decir de recolección, caza y pesca, utilización de artefactos líticos (obsidiana basalto y pedernal). Organización social: grupo u horda.

Campamento - taller de cazadores - recolectores.

Según Centeno (2011), la presencia de restos humanos: Los animales de Sumpa, en Las Vegas. Sitios arqueológicos: El Inga y el Ilaló (Pichincha); Cubilán (Azuay y Loja); Chobshi (Azuay); Las Vegas (Guayas).

#### **Entre los principales modelos arquitectónicos elaborados en este periodo sobresalen:**

Edificios con plazas circulares hundidas.

Los recintos cuadrangulares con fogón central.

Edificios con plataformas y plazas.

Edificios con forma en U o de herradura.

Las artes en el Precerámico.

## **Textiles**

Los tejidos aparecen una vez concluida la domesticación del algodón. La técnica del entrelazado es la más antigua y simple que se conoce para esta época. Es una técnica en la que no se necesita un telar, tan solo se entrecruza de distintas maneras las urdimbres y las tramas del tejido. Sus variantes permiten crear múltiples y complejos diseños.

## **Decoración**

Seres antropomorfos y zoomorfos fueron la constante temática en muchas culturas prehispánicas, principalmente aves (pájaros), felinos, serpientes (bicéfalas), y plantas.

### **Formativo (3,600 a.C. - 500 a.C.):**

Etapa de predominio agro alfarero: cultivos agrícolas organizados (maíz, papa, fréjol, quinua, ocas) y aplicación de técnicas decorativas en la alfarería (figurinas, botellas silbato). Vida sedentaria. Formas aldeanas de doblamiento: viviendas de bahareque. Contactos con Mesoamérica a finales del período.

### **Culturas:**

Valdivia (Guayas, el Oro, Manabí, sur de Esmeraldas)

CerroNarrío (Chimborazo)

Machalilla (Guayas, Manabí)

Chorrera (Costa)

Cotocollao (Pichincha)

Los Tayos (Pastaza)

### **Desarrollo regional (500a.C.-500 d.C):**

La agricultura es la actividad de producción básica. Perfeccionamiento de técnicas de cultivo y aplicación del calendario agrícola. Utilización de la coca con fines ceremoniales. Mayor desarrollo de la alfarería. Empleo de moldes y sellos para producción en serie. Surgimiento de la orfebrería (oro, platino, cobre). Aparecimiento de centros urbanos. Perfeccionamiento de la navegación. Desarrollo textil. Uso de las técnicas positiva y negativa en la cerámica. Aleaciones de oro y cobre. Aprovechamiento de la concha *Spondylus* con fines alimenticios, suntuarios y de trabajo. Desarrollo de la industria lítica. Elaboración de instrumentos

musicales. Utilización del cobre. Cerámica policromada, decoración biomorfa y geométrica. Técnica de modelado para las estatuillas.

**Culturas:**

La Tolita (Esmeraldas)

Tuncahuán (Chimborazo, Bolívar)

CerroNarrío (Cañar, Azuay, Loja)

Jama - Coaque (Manabí)

Bahía (Manabí)

Guangala (Guayas)

Jambelí (Guayas, El Oro)

Cosanga-Píllaro (Napo)

**Integración (500 d.C.- 1500 d.C):**

Formación de confederaciones con marcada estratificación social. Agricultura: empleo de calendario, utilización de terrazas, camellones y tarimas, sistemas de riego con reservorios y represas, selección de semillas, diversificación de cultivos. Especialización de la cerámica, que posibilita un intercambio comercial. Manifestación del dualismo andino en sus representaciones religiosas. Utilización de algodón con diversas técnicas en la producción textil. Desarrollo de la orfebrería (cobre). Notable progreso en la arquitectura: construcción de canales de riego y aprovechamiento de tierras anegables para los cultivos.

**Culturas:**

Manteño - Huancavilca (Manabí, Guayas)

Atacames (Esmeraldas)

Milagro - Quevedo (Guayas, El Oro)

Cuasmal o Tusa (Carchi, Imbabura)

Cosanga- Píllaro (Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo, Napo)

Puruhá (Chimborazo, Tungurahua, Bolívar).

Para los dos mil años que transcurriendo desde el final del periodo Formativo hasta la conquista de los Andes por los incas, los arqueólogos han distinguido otros dos grandes períodos en el Ecuador: Desarrollo Regional e Integración (500 a.C - 1500 d.C.). En estos períodos tuvieron lugar fenómenos geográficos que se sintetizan en dos problemas esenciales: la evolución de la sequía en la Costa y los efectos de erupciones volcánicas en la Sierra.

En el Seminario sobre Culturas Andinas SapaInca (2012), se determinó que estos fenómenos produjeron consecuentemente cambios en la evolución demográfica, migración de las poblaciones y transformaciones de las relaciones entre los habitantes y su entorno. Las culturas que se desarrollaron en estos períodos abarcaron un ámbito territorial más amplio, evidenciando en la mayoría de los casos la existencia de una vida urbana estable, de una agricultura próspera, que recurrió a nuevas técnicas, como canales de riego, camellones y terrazas de cultivo, y de una variedad en la producción de artefactos, inclusive de metal. Existieron, además, sistemas de intercambio de productos, especialmente entre zonas geográficas con climas diferentes y posibilidades productivas complementarias. Para el período de Integración, la arqueología ha detectado la consolidación de unidades políticas que se convirtieron en confederaciones más estables, organizadas mediante alianzas y relaciones de parentesco ampliadas, que constituyeron los llamados “cacicazgos”, “curacazgos”, o “señoríos étnicos”. El señorío étnico fue una organización social basada en unidades menores (compuestas aproximadamente por doscientas personas) denominadas ayllus. Este es un término quichua (quizá de origen cuzqueño) empleado para designar a una organización social que respondió -como afirma Segundo Moreno- a la progresiva organización del propio grupo a través de la poligamia, la descendencia bilateral, la vigencia de normas exogámicas y patrilineales o la dualidad en el ordenamiento de sus territorios, de sus grupos familiares o de sus concepciones religiosas. Los ayllus reprodujeron en una escala menor el control de diversas zonas productivas, con el fin de mantener una estructura de producción comunitaria.

### **1.3 Panorámica de la gráfica prehispánica aplicada al diseño en el Ecuador**

Dispersadas a lo largo de la costa del Pacífico encontramos vestigios de un constante intercambio con las culturas de América Central. De hecho la autora Marta Ribalta en el texto sobre Colombia del libro “Arte Popular de América” (1981) establece similitudes de la arqueología en Colombia con países como Perú, Venezuela, Guayana o Argentina. Este fenómeno de “afinidades” se repite a lo largo de la Cordillera de los Andes y durante todos los períodos de la historia precolombina, hasta antes de la unificación Inca; podemos afirmar entonces sin temor a equivocarnos que nuestras culturas precolombinas convivían en una atmósfera de constante intercambio y retroalimentación.

La utilización del arsenal de imágenes precolombinas siempre está presente de una manera mucho más palpable en el diseño gráfico que en cualquier otra manifestación de la disciplina en América latina. El entender la riqueza de cada uno de estos pequeños íconos y su posible carácter de materia prima visual para el diseño del siglo XXI debería comenzar con la investigación profunda y sustentable que desemboque en un amplio conocimiento de la iconografía andina de modo que una nueva generación de diseñadores en distintos ámbitos a lo largo y ancho del continente pueda comprender las posibilidades de aplicación de nuestra gráfica ancestral.

En el universo saturado de imágenes “pop” en el que vivimos, el volver a contextualizar para un uso productivo de la iconografía precolombina emerge como una alternativa relevante para el mercado mundial y para las distintas áreas del diseño. La cosmovisión andina plasmada hace cientos de años ya sea en tejidos, cerámicas o sobre la tierra misma, nos sorprende con la integración de conceptos y formas atemporales y una innegable capacidad de síntesis de las formas, tal como si se tratase de la corriente más rigurosa del diseño.

Raúl Ibarra, maestro de Ciencias e Investigador en Arqueología Experimental reconoce que podemos encontrar paralelismos entre la producción simbólica de nuestros antepasados y el actual diseño gráfico. Con relación a la estructura de los diseños resalta la afinidad en “la geometría y el cuidado con el que procuraban dotar de simetría a las piezas que realizaban” y en cuanto a la elección de contenido destaca las representaciones antropomorfas y zoomorfas ligadas a la creatividad y capacidad de abstracción.

Los dioses, las estructuras sociales, rituales y el diario vivir quedaron representados perpetuamente. Esta herencia precolombina es la que obliga a Jorge Cabezas a escribir su

tesis “Análisis comparativo entre el diseño iconográfico andino precolombino y actual del Ecuador con el Perú y Bolivia” (2009), cuyo verdadero valor reside en catalogar la iconografía andina, realizando un trabajo muy meticuloso al clasificar, y reconocer los simbolismos, los elementos religiosos y los elementos mitológicos.

El aporte de estos trabajos constituye una importante referencia que permite comprender mejor los significados tras los signos de una gráfica que actualmente sirve constantemente como fuente de inspiración y que ha sido utilizada desde la segunda mitad del siglo XX, dentro de varios campos del arte y el diseño. Son claros ejemplos de esta corriente dos fenómenos que ocurrieron en la década de los años 60, aunque en distintos lugares del planeta, uno de ellos es el auge de la moda étnica, utilizada y promovida por los hippies durante la revolución de las flores. El segundo ejemplo para citar algo local, lo constituyen los artistas precolombinistas como Tábara, Villacís, Viteri y Maldonado, quienes a través de la abstracción y su asociación con texturas e imágenes o símbolos populares e indígenas del Ecuador, lograron revitalizar la gráfica prehispánica, llevándola a la categoría de arte moderno (Traba, 1994).

Justamente dentro del área del diseño étnico y la investigación antropológica (otra iniciativa de la UTPL), el proyecto Petroglifos: Sistematización y edición de resultados 2004-2009; dentro del cual se inserta esta tesis, es un importante aporte, ya que a través del hallazgo e investigación de los vestigios arqueológicos de la provincia de Loja se obtiene y difunde información sobre la gráfica rupestre para el aprovechamiento de los recursos patrimoniales, mostrando al público su valor histórico y potencial creativo como fuente de inspiración para el arte y diseño.

De la misma manera la labor de fundaciones como Sinchi Sacha, el Proyecto Carchi Sorprendente, el Museo Etnohistórico Mindalae y el Salón de Diseño Étnico de la Universidad del Azuay (2008), son claras muestras de las iniciativas locales que propician espacios para los artesanos y diseñadores que desean presentar propuestas contemporáneas que contribuyan al enriquecimiento de la corriente étnica en el Ecuador.

#### **1.4 Iconografía prehispánica en indumentaria**

Uno de los antecedentes más importantes y obvios del empleo de la iconografía ancestral en diseño y producción de indumentaria es la moda étnica. Un concepto que mantiene su relevancia en el mundo de la moda, a pesar de llevar 50 años en el mercado. Aparece como

tal en los años 60 con corrientes conservacionistas y estilos de vida más saludables y responsables dando lugar al nacimiento de la contracultura Hippie que con su “revolución de las flores”, aportó a la moda joven de aquellos años un sentido étnico. El ácido y otros alucinógenos invadieron las retinas de toda una generación, los estampados de motivos florales y colores vibrantes, las texturas crudas, la piel, lo manual y rústico se convirtieron en el tenor de la década. La tendencia étnica no sólo trata de rescatar la iconografía, la cromática o las “manifestaciones estilísticas” de los pueblos aborígenes y culturas ancestrales sino que también se presta a la labor de tomar estos elementos, definirlos, reinterpretarlos y contextualizarlos en el marco de una sociedad contemporánea de tipo consumista, altamente tecnificada y que hoy más que nunca reconoce la relevancia del pasado.

Un pasado en el que América Latina se define por la proliferación de culturas ancestrales poseedoras de una vasta producción textil, con características cromáticas, iconográficas y matéricas de gran riqueza y originalidad, cuya evolución alcanzó un temprano nivel de madurez gracias a sofisticados medios técnicos algunos de los cuales han sobrevivido hasta nuestros días gracias a la tradición oral; muchos otros se perdieron durante siglos y hoy a decir de nuevos estudios arqueológicos y antropológicos, impulsados por una creciente preocupación de los gobiernos, que impulsados por la industria del turismo, muestran un mayor interés hacia la preservación y rescate de patrimonio; se adueñan de museos y nos asombran por su alto grado de prolijidad (Ribalta, 1981).

La tradición en arte textil, los diseños ancestrales y la gráfica rupestre del continente americano sientan un precedente por el cual es necesario ponernos en perspectiva con respecto a la elaboración de tejido como principal producción artesanal en Latinoamérica, y como, jóvenes diseñadores encomendarnos a la tarea de buscar un nicho de mercado.

Marta Ribalta reconoce la importancia del tejido como principal artesanía en América Latina y nos habla específicamente del caso Ecuatoriano en el trabajo de campo realizado para su libro Arte Popular de América (1981).

La producción textil ecuatoriana se centra en la sierra del país, donde los factores climatológicos y ambientales, además de favorecer la domesticación de auquénidos y ovejunos, obligaron a los pobladores de estas zonas a desarrollar vestimenta abrigada a partir del tejido y el desarrollo del telar. Las referencias que cita la autora hablan de “la calidad de las prendas de indumentaria indígena del Ecuador”, ofreciendo una perspectiva histórica de cómo esta tradición favorecería a la producción de tejidos en el Reino de Quito durante la colonia.

Dependiendo de la región o provincia encontramos variaciones específicas de las prendas que Ribalta enumera en un inventario minucioso. Ponchos, fajas y blusas se vuelven las prendas representativas de las sociedades andinas de las diferentes provincias del Ecuador. El caso otavaleño es remarcable como la provincia que mejores características presenta en la elaboración de prendas textiles de todo el Ecuador, en la provincia de Imbabura se producen prendas para el comercio siempre con colores llamativos y motivos diversos.

Respecto al uso de imágenes o iconografía en los ponchos y fajas de la Sierra Ecuatoriana expone las siguientes características:

En Otavalo, Salcedo, Salasaca y Chimborazo destaca el uso de ponchos y fajas de lana con franjas de colores intensos o diseños geométricos simples y en serie que se alternan con la utilización de motivos de antropomorfos y zoomorfos. En Cañar se pueden encontrar diseños más complejos que consisten en una serie de cuadrados dentro de los cuales aparecen motivos diferentes como: figuras humanas, animales, cálices, formas geométricas, flores y en la actualidad hasta radios, aparatos de televisión y camiones.

Las blusas en las provincias de Imbabura, Chimborazo y Azuay y en el resto de la sierra, por lo general- están decoradas con bordados de motivos geométricos, florales e incluso de animales, en uno o varios colores llamativos.

La provincia de Loja reconoce dos puntos de producción textil: Gonzanamá y Saraguro, aunque en ninguno de estos dos lugares se trabaja con diseño y producción de indumentaria o patrones. Son las aplicaciones más conocidas de estos textiles, las alforjas en Gonzanamá, y los ponchos en Saraguro. Sin embargo, en ambos casos los diseños son elaborados en telares y consisten básicamente franjas de colores que atraviesan la tela.

Aunque se sigue manifestando el uso de cierta gráfica relacionada de alguna u otra manera a nuestras culturas precolombinas, en varios de los lugares anteriormente citados, debido a la afluencia de turistas, muchos de los diseños originalmente heredados de la iconografía ancestral, han sido modificados para adaptarse a la demanda de los consumidores, llegando a incluir motivos y elementos completamente ajenos a la cultura andina, mientras que la confección textil elaborada artesanalmente para el uso diario de los nativos, demuestra una identidad mejor conservada en los patrones. Claros ejemplos de esta hibridación cultural se pueden encontrar en el mercado artesanal de Otavalo donde se exponen a la venta ponchos y gorros con logotipos bordados de marcas internacionales como Nike, Adidas, retratos del Che Guevara, imágenes religiosas, e incluso electrodomésticos, entre otros. Lógicamente muchas de estas imágenes se utilizan de manera arbitraria, algunas de ellas ni siquiera guardan relación de contexto las unas con las otras. Sin embargo hoy por hoy es el uso de estos elementos iconográficos puros o mezclados, lo que define la identidad de muchos



países latinoamericanos, Ecuador uno de los principales en seguir esta corriente. (Molina, 2012).

## **CAPITULO II**

### **CADENAS DE VALOR EN LA INDUSTRIA ARTESANAL**

## 2.1 Cadenas de valor

De acuerdo a la revista online Apuntes Científicos (2011), se conoce como cadena de valor a un concepto teórico que describe el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa. En base a la definición de cadena, es posible hallar en ella diferentes eslabones que intervienen en un proceso económico: se inicia con la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. En cada eslabón, se añade valor, que, en términos competitivos, está entendido como la cantidad que los consumidores están dispuestos a abonar por un determinado producto o servicio.

El análisis de la cadena de valor permite optimizar el proceso productivo, ya que puede apreciarse, al detalle y en cada paso, el funcionamiento de la compañía. La reducción de costos y la búsqueda de eficiencia en el aprovechamiento de los recursos suelen ser los principales objetivos del empresario a la hora de revisar la cadena de valor. De esta manera, toda firma consigue ampliar su margen (resultado de la diferencia que se obtiene al comparar el valor total con el costo de las actividades).

Por otra parte, el estudio de la cadena de valor posibilita lograr una ventaja estratégica, ya que existe la chance de generar una propuesta de valor que resulte única en el mercado.

Es importante subrayar en este sentido que en la economía y también en la configuración de la citada cadena de valor adquiere un papel relevante y de gran paso lo que se da en llamar panorama competitivo que también es fundamental en dicha ventaja.

En concreto, se establece un total de cuatro aspectos de dicho panorama que influyen de manera contundente en la cadena que nos ocupa. Así, en primer lugar, está lo que se da en llamar grado de integración y que es un término con el que se define a todas aquellas actividades que se realizan en la propia casa o empresa y no en otras compañías independientes.

En segundo lugar, nos encontramos con el panorama industrial que es el conjunto de sectores industriales que están relacionados entre sí y que son en los que compete nuestra empresa gracias a una estrategia perfectamente delimitada y coordinada con el claro objetivo de conseguir las metas que se ha marcado.

El tercer elemento que puede influir en la cadena de valor es el panorama de segmento. Más exactamente con él se hace referencia a las variaciones a las que se pueden ver afectados tanto lo que es el producto en concreto como los compradores del mismo.

Y finalmente, el cuarto elemento que nos ocupa es el panorama geográfico. Como su propio nombre indica, bajo dicha denominación se engloban lo que son los países, los condados o las regiones donde compite la empresa basándose en una estrategia perfectamente coordinada.

Hay especialistas que distinguen dos subsistemas en la conformación de la cadena de valor. Una cadena de demanda, que involucra a los procesos vinculados con la creación de la demanda, y una cadena de suministros, dedicada a la satisfacción de la demanda en tiempo y forma.

También es posible diferenciar entre dos tipos de actividades de valor. Uno de ellos es la relacionada a las actividades primarias, un grupo de acciones enfocadas en la elaboración física de cada producto y su transferencia al comprador. Las actividades de apoyo, en cambio, sustentan a las primarias y suponen la participación de los recursos humanos, los insumos y la tecnología, por ejemplo.

Para los autores Lawrence & Lorsch, en su publicación “Cadena de Valor y Competitividad” lanzada en el año 1967, determinan que la cadena de valor es una forma sistemática de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan, es necesario para analizar las fuentes de la ventaja competitiva.

De la misma manera, según el autor Iglesias Daniel (2002), en su publicación “Cadenas de valor como estrategia”, determina la siguiente clasificación para las actividades que forman parte de la cadena de valor:

- Actividades Primarias: Las actividades directamente implicadas en la creación del valor para el comprador, como ensamble, maquinado de partes, operación de la fuerza de ventas, publicidad, diseño del producto, búsqueda, etc.
- Actividades de Apoyo: Actividades que hacen posible el desempeñar las actividades directas en una base continua, como mantenimiento, programación, operación de instalaciones, administración de la fuerza de ventas, administración de investigación, registro de vendedores, etc. (Chávez, 2012)

### 2.1.1 La cadena de valor de Michael Porter.

La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen (ya sea bajando los costos o aumentando las ventas). Este margen se analiza por supuesto a través de la cadena de valor. Michael Porter en su libro de 1985, "Ventaja Competitiva ", presentó al mundo este concepto.

Según Michael Porter, la cadena de valor es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor, además considera que es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final, descrito y popularizado.

Cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos. Todas esas actividades pueden ser representadas usando una cadena de valor.

La cadena de valor despliega el valor total, y consiste en las actividades de valor y del margen.

**Margen:** Es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.

**Actividades de Valor:** Son las distintas actividades que realiza una empresa. Se dividen en dos amplios tipos:

- **Actividades Primarias:** Las actividades primarias en la cadena de valor son las implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta. Se dividen a su vez en las cinco categorías genéricas que se observan en la imagen.
- 1. **Logística interna:** La primera actividad primaria de la cadena de valor es la logística interna. Las empresas necesitan gestionar y administrar una manera de recibir y almacenar las materias primas necesarias para crear su producto, así como el medio para distribuir los materiales. Cuanto más eficiente sea la logística interna, mayor es el valor generado en la primera actividad.
- 2. **Operaciones:** La siguiente etapa de la cadena de valor son las operaciones. Las operaciones toman las materias primas desde la logística de entrada y crea el producto. Naturalmente, mientras más eficientes sean las operaciones de una empresa, más dinero la empresa podrá ahorrar, proporcionando un valor agregado en el resultado final.

3. **Logística Externa:** Después de que el producto está terminado, la siguiente actividad de la cadena de valor es la logística de salida. Aquí es donde el producto sale del centro de la producción y se entrega a los mayoristas, distribuidores, o incluso a los consumidores finales dependiendo de la empresa.
4. **Marketing y Ventas:** Marketing y ventas es la cuarta actividad primaria de la cadena de valor. Aquí hay que tener cuidado con los gastos de publicidad, los cuales son una parte fundamental de las ventas.
5. **Servicios:** La actividad final de la cadena de valor es el servicio. Los servicios cubren muchas áreas, que van desde la administración de cualquier instalación hasta el servicio al cliente después de la venta del producto. Tener una fuerte componente de servicio en la cadena de suministro proporciona a los clientes el apoyo y confianza necesaria, lo que aumenta el valor del producto.
- **Actividades de Apoyo:** En la cadena de Valor de Michael Porter *las actividades de apoyo son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa. Las líneas punteadas reflejan el hecho de que el abastecimiento -compras-, la tecnología y la gestión de recursos humanos pueden asociarse con actividades primarias específicas, así como el apoyo a la cadena completa. La infraestructura no está asociada a ninguna de las actividades primarias sino que apoya a la cadena completa.*

### ***La Cadena de Valor y la ventaja competitiva***

Las actividades de valor son los tabiques discretos de la ventaja competitiva. Como cada actividad es desempeñada en combinación con su economía, determinará si una empresa tiene un costo alto o bajo en relación con sus competidores. Cómo se desempeña cada actividad de valor también determinará la contribución a las necesidades del comprador y por lo mismo, a la diferenciación. El comparar las cadenas de valor de los competidores expone diferencias que determinan la ventaja competitiva. La cadena de valor *en términos estratégicos es una poderosa herramienta que debe ser usada por cualquier estrategia.* (Porter, 1985).

**Cadena de valor propuesta para la elaboración de productos con iconografía precolombina (nombre de la empresa "INCOLOJA")**

Siguiendo con los planteamientos antes expuestos, para los productos con iconografía precolombina se determinan las siguientes actividades que forman parte de la estructura de cadena de valor:



### 2.1.2 Cadenas de valor empresarial.

Según la revista online Web y Empresas (2013), las cadenas de valor empresarial como un vínculo de actividades estratégicas pertinentes para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales. Implica la coordinación de las funciones clave de la Organización.

La cadena de valor muestra el valor total y se compone de las actividades de valor y del margen. Las actividades de valor son física y tecnológicamente distintivas que realiza una empresa, las cuales constituyen los bloques constructivos con los que crea un producto de valor para sus compradores. El margen es la diferencia entre el valor total (precio) y el coste conjunto de realizar las actividades de valor.

La ventaja competitiva depende, bien de proporcionar un valor para el comprador comparable al de los competidores de forma más eficiente (a un coste menor), bien de realizar actividades a un coste comparable pero de una forma única que crea un mayor valor para el cliente que el de los competidores, lo cual permite cobrar un precio superior. La empresa podría identificar elementos de la cadena de valor en los cuales es ineficiente, pudiendo desagregarlos y producir estas actividades fuera de la misma a un precio inferior.

Se pueden dividir las actividades de valor en dos grandes tipos: actividades primarias y actividades de apoyo. Las primarias, son las relacionadas con la creación física del producto, su venta y traspaso al comprador, así como el servicio postventa. En cualquier empresa se pueden dividir las actividades primarias en cinco categorías genéricas.

Las actividades de apoyo respaldan a las actividades primarias y ambas se respaldan entre sí proporcionando los inputs adquiridos, la tecnología, los recursos humanos y diversas funciones que afectan a toda empresa. Las líneas discontinuas reflejan el hecho de que el aprovisionamiento, el desarrollo de la tecnología y la gestión de los recursos humanos pueden estar asociados con actividades primarias específicas además de dar apoyo a toda la cadena, mientras que la infraestructura de la empresa no está asociada con actividades primarias en particular, pero da apoyo a toda la cadena.

### **2.1.2 Cadenas de valor artesanales.**

La artesanía es una actividad productiva popular y doméstica, que está sostenida en la cultura de la región, marcadamente puesto de manifiesto en sus eslabones iniciales, de baja barrera de acceso, que principalmente involucra a mujeres que complementan con ella sus ingresos de subsistencia.

La industria textil artesanal propone al mercado los siguientes productos finales genéricos hilatura manual de lana teñida con tintes naturales; hilatura manual de lana teñida con tintes químicos; prendas y utilitarios de telar artesanal; prendas y utilitarios a dos agujas (también crochet y otras artes textiles artesanales en menor escala).

En esta secuencia de operaciones sólo puede distinguirse una división del trabajo apoyada en dos actores: el pequeño productor agropecuario y el artesano textil. Respecto de ellos, podemos señalar desde el punto de vista cuantitativo que la mayoría son unidades productivas en condición de subsistencia informal (sin capacidad de acumulación).

La actividad puede rotularse como popular por tres elementos clave que la caracterizan: son emprendimientos que colaboran con la subsistencia familiar y se desarrollan en ese ámbito; el ingreso de individuos a la actividad es masivo y principalmente son mujeres amas de casa; y las habilidades aplicadas son sostenidas en saberes populares.

Un aumento progresivo de la singularidad de los productos que las componen (únicos, valiosos, irrepitibles y originales); diversificación de oferta y demanda; recuperación de atributos intangibles a la percepción de valor del mercado; y desarrollo de mercados.



En nuestro país existen alrededor de 393 actividades que ofrecen a la sociedad una infinidad de productos manufacturados en vidrio, aluminio, cuero, madera, confecciones, textiles. Metales industrializados, metales finos como el oro y la plata, piedras preciosas, piedras ordinarias, cerámica, tela, lana, papel, y diversos materiales existentes en la región.

Sin embargo este entorno no es lo suficientemente conocido en el mundo actual, quizá porque no dan réditos o por la naturaleza y cotidianidad de nuestra dinámica socioeconómica y cultural por falta de motivación de los propios artesanos, porque las modalidades de socialización menguaron e insensibilizaron o porque las formas de presentarse en el mercado ocultan a las manos creativas y hábiles que están detrás del producto artesanal.

Desde el punto de vista de Diego Gálvez Director Ejecutivo de la Cámara Artesanal de Loja, se plantea la necesidad de visibilizar al artesano como un actor social, económico, cultural y político, motivo por el cual se creó una revista y guía artesanal que pretende ser un medio de revalorización y promoción de las actividades artesanales como unidades individuales, que permita además de su localización y relacionamiento directo, recuperar y posicionar la identidad como artesanos y abrir caminos que conduzcan al desarrollo del mismo.

En Loja y en la provincia existen varios artesanos que han llevado su arte de generación en generación, creando una cadena de valor muy importante con su mano de obra y los productos únicos que crean, a continuación presento una lista de los artesanos que han hecho de esto un negocio y su forma de vida:

### **Cadenas de valor artesanales en Loja**

#### **- Cera: Alfareras que dominaron la Arcilla**

Entre los muchos laberintos que comprende la provincias de Loja, las parroquias del cantón, aportan con verdes paisajes de las montañas, cerro, pequeñas cordilleras y lomas de relieve bastante irregular, en uno de los cuales se ubica la parroquia Taquil, con su puerta de entrada: el barrio Cera, un lugar donde la tierra se ha dejado dominar y toma la forma que las manos de sus mujeres moldean. Conocimientos transmitidos de generación en generación ha logrado que actualmente las mujeres se incorporen al campo laboral y económico ofreciendo productos emblemáticos para la provincia y el país, obras de arte inspiradas en el aroma a tierra cuya fama las ha convertido en reconocidas alfareras.

Para Gladis Robalino presidenta de la asociación de Mujeres Artesanas en Cerámica Divino Niño, las cerámicas son parte de su vida desde los doce años, aprendió de su madre y su abuela el arte de elaborar las ollas de barro, lo mismo hizo con sus tres hijas, con las cuales

ahora comparte el trabajo de crear formas diversas con el barro, moldearlo y ponerlo al alcance de las familias que buscan este producto de gran calidad.

Para las mujeres del barrio Cera dar forma al barro es parte de su identidad, su costumbre y del legado, pero es desde el año 2004 cuando legalmente se establece la asociación de Mujeres Artesanas en Cerámica Divino Niño, convirtiéndose en un lugar de trabajo y en el eje dinamizador más importante de la economía local.

Al llegar al taller se encuentra un escenario perfecto para conocer el proceso de transformación de la arcilla, en la planta baja se ubican los productos que han sido elaborados y que pueden ser adquiridos por los compradores, con las más variadas formas y tamaños de ollas de barro, jarrones, planos y objetos para la cocina y ornamentales. En este mismo espacio se prepara la mezcla de la tierra lo cual se lo hace batiendo con los pies hasta que se consiga la consistencia necesaria, un trabajo duro, que por mucho tiempo fue hecho por las mismas mujeres artesanas, que conocen y saben tratar con la naturaleza. En la planta alta, desborda la magia y la creatividad de la arcilla en manos campesinas.

Son objetos de todo tamaño, así como las creadoras de todas las edades, muchas mujeres llevan consigo a sus hijas desde los cinco años, quienes aprenden este arte y también lo elaboran, mismos que son vendidos como pequeños recuerdos.

Los materiales que se necesitan los provee la Pacha Mama: arena, arcilla y tierra colorada, la parte final de la elaboración es con un horno de leña donde se cocina las figuras en un tiempo de tres horas aproximadamente.

Carmen Iapo, socia fundadora de la Asociación de mujeres Artesanas, da fe del sabor y las propiedades que adquiere la comida al ser cocinada en olla de barro, ofrece un sabor delicioso, típico de la gastronomía lojana y previene enfermedades.

Actualmente las cerámicas del barrio Cera se entregan al por mayor en varias empresas y se los puede encontrar en el mismo taller ubicado en la parroquia Taquil a 34 Kilómetros de la ciudad de Loja.<sup>1</sup>

#### - **Loja y sus artesanos en el cuero**

En este arte encontramos a don Daniel Ángel Mogrovejo Orellana, de 80 años de edad. Este personaje a sus doce años era ya un maestro en la confección de zapatos de hombre adulto y niño, su padre don Manuel Mogrovejo lo indujo en este oficio.

---

<sup>1</sup>Entrevista realizada a Gladys Robalino (2013).

En el año 1950 montó su propio taller. Con una máquina marca Singer, otros utensilios y seis operarios elaboraban semanalmente seis pares de zapatos en dos colores negro y café, con modelos al capricho del cliente. Señala don Daniel que lo primero que hacía era tomar la medida y molde del pie, luego les calzaba la silueta y procedía a cortar, armar, coser y dar a cada pieza los acabados con la mayor prolijidad; pues un par de zapatos costaba diez sures y quería mantener el renombre de su calzado. “Los zapatos eran llevados a otros países por los estudiantes lojanos, venían de los demás cantones a adquirir mis obras” expresa don Daniel con mucho orgullo.

Luis Guillermo Matailo, otro reconocido lojano, confeccionista de zapatos, tiene 59 años de edad, iniciándose en el oficio a los 17 años. Don Luis nos comenta que la confección de zapatos cada paso es prolijamente desarrollado, ha elaborado aproximadamente 8000 pares de zapatos. Mes a mes se traslada a Ambato para adquirir la materia prima como lo son el cuero, el hilo, elástico y sobretodo el corazón que pone en la confección de cada pieza, se conjugan perfectamente para la confección de los zapatos.

Los colores negro, café, blanco y sobretodo el modelo son definidos para la satisfacción del cliente, mensualmente Don Luis junto a sus dos hijos varones confeccionan entre 10 y 15 pares de calzado; esta microempresa familiar está ubicada en las calles José María Peña y Rocafuerte.

El costo de este trabajo de calidad en cuero puro y con original diseño alcanza un costo de 40 dólares. Cabe destacar que en el año 1998, Don Luis Matailo fue reconocido con el primer lugar en diseño y confección de calzado, en la primera feria Artesanal de Loja.

La confección de calzado es una de las artesanías desarrollada en la ciudad de Loja, púes desde hace varias décadas hemos contado con artífices en el cuero que prolijamente elaboran zapatos a mano, para cubrir los pies de los lojanos y lojanas. <sup>2</sup>

#### - **La talabartería y sus días**

En el sector Nueva Granada, encontramos a Ángel Capa, destacado lojano en el arte de la talabartería. A sus doce años bajo la influencia de sus padres de adentro en este oficio, sus quince años ya elaboró la primera pieza de cuero, un par de estribos que los vendió en cinco sures, luego confeccionó correas para espuelas de hierro y posteriormente una silla completa.

---

<sup>2</sup>Entrevista realizada a Daniel Ángel Mogrovejo y Luis Guillermo Matailo (2013).

Nos remontamos hace 50 años, en donde el proceso era muy rústico y nos comenta que todo era elaborado a mano, el sector de la pitas estaba marcado por el sonido del martillo y el olor característico del cuero; era un barrio de talabarteros. Recuerda que para elaborar los botones de remache de bandas, se utilizaban los fuelles y fragua en los cuales se recalentaba, martillaba y fundía alambre de cobre previamente chancado en un yunque, para el proceso de soldadura se aplicaba el cautín y así se obtenían entre 200 a 300 botones; luego en agua fría se ponía el baño de plata, fregados con una grata. En este baño se usaban materiales como ácido sulfúrico, nitrito y plata limada; este proceso se desarrollaba en una olla de barro y la materia prima eran los soles del vecino país Perú.

En lo que se refiere al proceso con la suela, primero era humedecida, luego se define el camino del corte con un compás y usando un cuchillo italiano se sigue la forma y se pule la pieza, nuevamente se la humedece y se aplica limón, la enceramos con una vela, bruñéndola con una botella de vidrio y con el uso de un madero la retama. Una vez elaborada esta pieza, se define prolijamente el diseño y labrado de la pieza; trabajo a mano, para lo cual utiliza un martillo de bola, hierro de labrar y yunque.

Los productos que aquí se elaboran son: forra lomillo para carga, espuelas, tucuman que sirva para amansar, cargar o realizar paseos en caballos; además de la carola para el lance del equino; estribos y freno para amansar al potrillo; guarniciones o retranca y gurupera; entre otras piezas confeccionadas para estos animales.

En lo que corresponde al diseño, cada pieza es muy original, su labrado a mano contiene un acabado prolijo y especial de acuerdo a la personalidad del cliente, la costura es aplicada con hilo chillo encerado con miel de tierra.

Gran parte de la materia prima es preparada en nuestra provincia como son Cariamanga y Malacatos; además de Ambato que ofrece el cuero suela de guarango. Los costos de una carola están en \$80,00 dólares con cuero de Ambato y \$50,00 dólares con cuero de suela. Una silla completa puede costar \$130,00 dólares lo que comprende el estribo, guarnición, cincha y correas.<sup>3</sup>

#### - **Saraguro y sus telares ancestrales**

Saraguro es más que la casa de la “Etnia más pura de América”. Esta tierra lojana, es rica en artesanías, la agricultura, gente amable y ligares turísticos, quiere mostrar al mundo todo su potencial. En este cantón existen telares artesanales donde fabrican indumentaria

---

<sup>3</sup> Entrevista realizada a Ángel Capa (2013).

autóctona de la región; con el fin de poder satisfacer las necesidades de todo un pueblo en la adquisición de las prendas indígenas; porque la tradición aún persiste orgullosamente,

El señor Luis Eliverto Guailas Japón ex-presidente de la asociación inter - profesional de Artesanos Indígenas Saraguros, de la cual es miembro por 40 años, junto con su esposa y sus 8 hijos, 2 familiares y 5 particulares colaboran en la elaboración, confección, producción y venta de los trajes autóctonos de la región. Don Eliverto fabricó hábilmente sus propios telares manuales, con los cuales realiza y confecciona las prendas folclóricas, y todo lo relacionado a esta cultura, Antes de empezar con un proyecto, el maestro realiza una investigación minuciosa previa a elaboración y ejecución de ropa. Para continuar con la tradición del ropaje indígena, el artesano fabrica para los hombres un poncho, prenda hecha con lana de borrego; pantalón corto, zamarro blanco, cinturón, camisa y sombrero negro o blanco con negro, que el mismo es utilizado solo en festividades. Por otro lado, la mujer viste una falda ancha y larga que llega más debajo de la rodilla, esta prenda es de color negro y de lana, con pliegues verticales. La falda es asegurada a la cintura con una faja de magníficos colores, complementa su atuendo con una blusa bordada en los puños y pechos, esta puede ser blanca, verde, azul rosa, lila u otro color vistoso. También se utiliza un paño que cubre su espalda desde los hombros, llamado rebose asegurado con un prendedor de plata llamado "TOPO".

Luis Guailas dentro de su empresa textil, invierte un aproximado de \$10.000 dólares anuales en materia prima para la creación de dichas prendas, las mismas que han sido importadas dentro del Ecuador, la nueva generación de indígenas saragureños, no utiliza cotidianamente la vestimenta nativa, ya que solo es usada en eventos sociales o representaciones hacia otros lugares; a pesar de esta circunstancia dicho motivo no ha afectado a la economía de la misma puesto que es un "modus vivendi" para propios y extraños.<sup>4</sup>

En la siguiente tabla se indican todos los socios y artesanos de Saraguro, con su respectiva actividad profesional.

---

<sup>4</sup>Entrevista realizada a Luis Eliverto Guailas Japón (2013).

**NOMINA DE SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE INDÍGENAS SARAGUROS**

<b>Nro.</b>	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>C.I.</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	
1	AMBULUDI MARÍA LUCINDA	1103116537	CORTE Y CONFECCIÓN	
2	ANDRADE VACACELA MARÍA ROSA	1102484944	BISUTERÍA MULLOS	959464926
3	ANDRADE QUISHPE ROSA MARÍA D.	1707670608	BISUTERÍA MULLOS	985205904
4	AMBULUDI CARTUCHE MARÍA AVELINA	1100596525	TEXTILERIA	
5	ANDRADE ANDRADE MARÍA ROCÍO	1104628001	BISUTERÍA MULLOS	
6	CANGO PUCHAICELA MARÍA CARMEN	1101394482	BISUTERÍA MULLOS	
7	CANGO PUCHAICELA MARÍA ROSA	1102058201	BISUTERÍA MULLOS	
8	CARTUCHE QUISHPE MARÍA CARMEN	1101076154	TEJIDOS LANA NATURAL	993164452
9	CANGO PUCHAICELA JOSÉ MANUEL	1101896734	TEJIDOS VARIOS	993451476
	CHALAN AMBULUDI MARÍA ASUNCIÓN	1102281084	CHAKIRA	985820695
10	CANGO PUCHAICELA MARÍA BALVINA	1900098060	TEJIDOS VARIOS	
11	GUAILLAS JAPÓN LUIS ELIBERTO	1101379616	TEJIDO SINTÉTICO	
12	GUALAN QUISHPE ROSA ANGELITA	1103267827	TEJIDO MULLOS	
13	GUAILLAS MEDINA MARTHA AURELIA	1103896187	BISUTERÍA MULLOS	980273341
14	GUAMAN TENE ROSA CLEMENTINA	1101702387	CORTE Y CONFECCIÓN	
15	GUAMAN LOZANO MIGUEL ÁNGEL	1102874086	ZAPATERÍA	
16	GUAMNA GUAMAN ROSA ANGELINA	1101278792	TEJIDOS VARIOS	
17	GUAMAN LIMA ROSA DELIA	1103611602	BISUTERÍA MULLOS	939168113

18	GUAMAN ZHUNLAULA MARÍA CARMÉ		BISUTERÍA	988411695
19	JAPON SUQUILANDA MANUEL ASUNCIÓN	1102741624	SASTRERÍA	992020999
20	JAPA GUAMAN MARÍA JUANA	1103118798	BISUTERÍA MULLOS	
21	LOZANO QUIHPE MIGUEL ÁNGEL	1101302444	CERÁMICA	
22	LOZANO QUIHPE ANA MARÍA		BORDADOS	997864067
23	MACAS MEDINA MIGUEL ÁNGEL	1100329513	CARPINTERÍA	
24	MACAS GUAMAN ÁNGEL ANÍBAL	1103039051	EBANISTERÍA	
25	MACAS GUAMAN LUZ VICTORIA	1102936463	CORTE Y CONFECCIÓN	
26	MACAS QUIHPE LUZ MILA	1102980446	BISUTERÍA MULLOS	9959708343
27	MINGA ASUNCIÓN	1101069282	CARPINTERÍA	
28	MALLA CABRERA ESPERANZA DEL CARMEN	1102963145	BELLEZA	
29	ORDOÑEZ CELI REINALDO	1101267175	PLATERÍA	
30	ORDOÑEZ ESPINOZA ELSA PIEDAD	1101284345	PLATERÍA	994646273
31	QUIHPE MACAS MANUEL ENCARNACIÓN	1101278537	TEJIDOS VARIOS	
32	QUIHPE QUIHPE SEGUNDO LUIS	1100605607	TEJIDOS VARIOS	
33	QUIHPE QUIHPE MARÍA ASUNCIÓN	1101296752	BISUTERÍA MULLOS	997613413
34	QUIHPE SARANGO MANUEL ENRIQUE	1102718333	CARPINTERÍA	
35	SARANGO CARTUCHE JOSÉ FRANCISCO	1102072913	SOMBRERERÍA	
36	SARANGO PAQUI CARMEN ANGELITA		TEXTILERIA Y BISUTERÍA	993631221
37	SOSORANGA LABANDA CARMEN DEL ROCÍO	1100433703	CORTE Y CONFECCIÓN	
38	ULLAGUARI GUAILLAS MARIANA DE JESÚS	1101299145	SASTRERÍA	
39	VACACELA QUIHPE JOSÉ MARÍA	1101270328	CARPINTERÍA	
40	ZAPATA POMA NIEVES CARMELINA	1102760562	BISUTERÍA MULLOS	

41	ZAPATA POMA MARÍA DELICIA	1711980225	BISUTERÍA MULLOS	
42	ZAPATA POMA MARÍA MERCEDES	1102424451	BISUTERÍA MULLOS	980257625
43	MOROCHO PUCHAICELA MARÍA CARMEN	1101394482	BISUTERÍA MULLOS	988672563
44	MINGA QUISHPE ANA CRISTINA			
45	CARTUCHE SEGUNDO ÁNGEL			
46	SACA SHIGUI MARÍA ROSA			990610636
47	SACA SHINGRE MARÍA ASUNCIONA		BISUTERÍA	
48	CHALÁN AMBULUDI MARÍA ASUNCIÓN			
49	GUALAN QUISHPE ROSA			

**Fuente: ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE INDÍGENAS SARAGUROS**



## - **Experiencia y Tecnología: una combinación perfecta en el mármol**

Desde sus ocho años Ángel Rogelio Juárez Viñán labora en el tallado de mármol, a sus doce años, inició con mayor dedicación el esculpido de figuras, luego buscó especializarse y participó en cursos de tallado, pintura; entre otros. Mediante préstamos en empresas privadas montó su taller y con gran complacencia indica que es el único artesano en marmolería en Loja que ha adquirido una máquina con tecnología de punta, valorada en 18 mil dólares; que contiene una computadora y un floter que corta las imágenes en base a aire y arena. En esta máquina, se plasma la experiencia de Don Ángel con la tecnología llevada por sus hijos. Su hijo mayor ha realizado estudios en diseño con lo cual le da un toque de originalidad a cada trabajo a fin de que los clientes se sientan complacidos.

Él recuerda que hace algunos años, se trabajaba en bronce y con apliques de mármol, ahora la principal acción es el diseño, grabado, tallado y la pintura; indica que todo se hace de la misma plancha de mármol, va al gusto del cliente y puede jugar con colores o darle un toque sombreado, Tecnológicamente cuenta con una base de diseños, a los cuales se les da el toque de originalidad que cada cliente exige; estos son vectorizados en la computadora y luego pasa a la máquina. Mis trabajos son en alto y bajo relieve.

El tiempo que se toma en obtener una figura, es diferente en cada pieza; pues cuando se trata de figuras simples, durante el día se alcanzan a elaborar 50 y para otras piezas con superior complejidad se requiere mayor tiempo. Son Ángel indica que es mucho más fácil. Realizar esta actividad en serie.

Existe periodicidad en la artesanía; pues la temporada de noviembre incrementa la demanda de lápidas; con lo cual incluso ofrece trabajo a dos personas más en el taller. Se produce de 5 a 6 lápidas diariamente, el costo alcanza los 60 dólares en mármol. También se puede tallar en vidrio o en madera.

El material es traído de la ciudad de Cuenca, ya que en nuestra ciudad no existen aserríos de mármol, las piedras que cortan son muy grandes y se obtiene el mármol: nacional e italiano; así como los granitos brasileños, pero la mayor preferencia es para el mármol nacional.

El proceso que se le da al mármol es perjudicial para la salud, por más que se proteja, se inhala polvo.

El sueño de Ángel es ampliar su taller y comprar una máquina más grande, la cual procese fotos en mármol a rayo láser. Esta pequeña empresa ha ido día a día creciendo y posesionándose en la ciudad de Loja, y ya cuenta con una sucursal en Catamayo.<sup>5</sup>

#### - **Una vida entre la Fe y el Arte de hacer Santos**

Una impresionante escultura de Santa Marianita de Jesús, otra de San Antonio y varias réplicas del niño Jesús descansan plácidamente y no en un templo o en un museo, sino en el taller de Don Manuel, una persona sencilla y cálida a la vez, a saber es el último de los escultores antiguos de imágenes religiosas de nuestra ciudad.

Nacido en Loja; Manuel Ramón Febres, tiene actualmente 82 años, aprendió este oficio de su padre Manuel Febres y de su tío. Las primeras imágenes que realizó fueron de 20 y 30 cm y luego empezó con las de 1 metro y 1 metro 50 centímetros. Aprendió en madera de cedro. A diferencia de su padre, él ha dejado que sus hijos libremente opten por este oficio y sus dos hijos varones son ahora quienes le ayudan a trabajar.

El primer taller de don Febres, cuando él aún estaba aprendiendo se encontraba ubicado en la calle Bolívar, en donde permaneció por 38 años. Ahora esta familia de escultores y restauradores, pero fue en su segundo local donde se dio a conocer, antes ubicado en la calle Azuay entre sucre y Bolívar, ahora tienen un local en la calle Bernardo Valdivieso y mercadillo, en donde utilizan yeso con cola para corregir o coger las fallas de las imágenes y bajo pedido elaboran esculturas en madera cedro que consiguen en los aserríos de la ciudad. Aunque el cedro es la madera que se utiliza más, existen clientes que por motivos de fe, quieren que su escultura sea elaborada con palo santo, pero ante esto no hay problemas para los maestros Febres; lo que si ellos se aseguran es de darle un tratamiento a todas las maderas en las que trabajan con un líquido que se llama mata polillas.

Don Manuel conserva varios álbumes de fotos, en los que están sus creaciones, cada una de ellas con historias muy interesantes.

En el mundo real, un investigador podría estar escuchando los relatos y narraciones que hablan de un talento y una vida entera dedicada a la escultura religiosa, una labor que le ha permitido dar educación a sus 5 hijos dos varones y tres mujeres; una labor de escultura

---

<sup>5</sup> Entrevista realizada a Ángel Juárez (2013).

que incluso le ha permitido viajar a Estados Unidos y Europa llevando a la imagen de la Virgen del Cisne.

Entre las imágenes religiosas que han salido de las manos de este hábil artesano lojano están:

- En el pedestal, el Señor de la Buena Esperanza con 70 cm.
- En Obrapía, una escultura de 1,50cm.
- En la vía a Malacatos, el Señor de la Caída, elaborado en 1971.
- La imagen del Patrón de la parroquia San Isidro el Labrador.

Y muchas imágenes más, para lo cual incluso su memoria no le alcanza, él solo sabe que ha hecho o reparado las imágenes de casi todas las iglesias de Loja y su provincia. Pero no solo ha hecho imágenes religiosas, sino de todo tipo. Don Manuel toma un trozo de madera en sus manos y empieza a explicar cómo es el proceso de elaboración de una imagen. Primero se mide la cintura y con una tiza se trata para luego medir de la parte superior la cabeza y rebajar la madera, después se pone una base de pintura color mate y una vez que se seca la pintura se lija, para finalmente pintar con esmalte, es enfático en señalar que no es aconsejable revestir con barniz las imágenes una vez pintadas porque con el tiempo tienden a reventarse. Los rostros se los realiza de acuerdo a las fotos que los clientes llevan.

Una imagen grande se demora unos tres meses en su elaboración. Una escultura de unos 30cm llega a costar entre 600 y 700 dólares, a pesar de que la mayor parte del tiempo lo utiliza restaurando que creando.

Pero Don Manuel y su familia no solo ponen talento en sus obras sino una gran fe y se sienten muy conmovidos al saber que una imagen elaborada o restaurada por ellos hace milagros. La vestimenta de las imágenes son confeccionados por su esposa.<sup>6</sup>

#### - **Una vida dedicada a la Pintura y Escultura**

Con un bigote al estilo de Dalí, tenemos en Loja al pintor y escultor Salvador Villa, quien cree que los artistas nacen, sus inicios en el mundo del arte lo encontramos cuando estando en tercer o cuarto grado de primaria, él hace sus caratulas para los cuadernos, con temáticas circenses, tomando como referencia los circos que llegan a Loja; así empieza a garabatear. Libre y sin directrices y tiene sus primeras obras.

---

<sup>6</sup> Entrevista realizada a Manuel Febres (2013).

Salvador se define como una persona muy amigable, bohemia y muy trabajador dentro de su oficio, trabajando incluso sábado y domingo sin horarios.

Dentro de las artes plásticas, es más conocido como pintor que como escultor, porque la mayor parte del tiempo la ha dedicado a la pintura. En el campo escultórico, tiene dos etapas propuestas, las que no ha continuado, porque según su criterio “se necesita de más tiempo, más dinero para invertir, para que a veces no le compren ni una obra, por es la escultura en Loja no existe, salvo en los concursos que la Casa de la Cultura ecuatoriana organiza con ciertas intermitencias, los escultores trabajan solo para el concurso”, esto lo afirma después de haber conversado con colegas y gente de la Universidad de Loja.

En pintura ha tenido algunas etapas, a tres series las ve más consistentes y le han dado mayores réditos de felicidad y alimenta su espíritu para seguir trabajando.

La primera serie es un trabajo de denuncia social que la denomina Conquista y destrucción y trata sobre quienes llegaron a conquistar América con la cruz y la espada.

La segunda serie es Hombre metamorfosis Hombre en la cual Villa busca que el hombre sea alguien que aporte a la sociedad, a través de cualquier ángulo, que crezca, que suba los peldaños que sea, pero que este hombre tiene que ser dable para el otro hombre.

La tercera serie es Alquimia Color Danzante, es la que más tiempo ha durado en sus etapas, se refiere al color andino, está envuelto en magia, realidad, movimiento y fantasías.

Para Villa el arte no es rentable económicamente pero es satisfactorio ya que alimenta el espíritu.<sup>7</sup>

#### - **Juventino la platería, su legado**

El maestro Juventino Ordóñez Celi es un artesano de bisutería fina del cantón Saraguro, trabaja en este oficio desde 1949, recuerda que su habilidad la adquirió solo mirando a su maestro. Con 75 años de edad, aún continúa produciendo a mano cualquier idea que se pueda realizar con plata, cobre, níquel, bambalina, etc.; accesorios como anillos, aretes, broches, cadenas, manillas, cinturones y sin ningún tipo de ayuda tecnológica que facilite su labor. Tosa esta ardua labor la hace manualmente, por ejemplo funde el material a trabajar con carbón, corta, pule y lamina a mano, utiliza su cadera y suelda con la boca, no requiere

---

<sup>7</sup> Entrevista realizada a Salvador Villa (2013).

de ningún tipo de maquinaria de punta por dos razones, una le resulta costoso y dos no hay nada que no pueda realizar con sus propias manos,

Hace años Juventino exportaba sus productos a lugares como Estados Unidos, Italia, Francia, para exponerlos en museos y ser vendidos al público; además la demanda por parte de los indígenas era notable, debido a que las mujeres utilizaban como parte de su vestuario folclórico las alhajas decorativas y autóctonas como topos y zarcillos y para los hombres los cinturones.

Como el tiempo y los años no son los mismos, su vigorosidad ha decaído, por problemas de salud que la vida ha traído consigo; pero a pesar de ello no deja de ser feliz, ama demasiado su profesión y la comparte junto a su señora esposa y algunos de sus hijos y nietos.<sup>8</sup>

## **2.2 Cadenas de valor con la moda precolombina en Loja**

Junto al trabajo de diseño dentro de la investigación antropológica para este proyecto, completan el contexto de este trabajo la necesidad de recuperar nuestras raíces al diseño de indumentaria; ya que al hablar de moda hablamos de iconografía, la de los pueblos, las generaciones, la de las personas ante su propia individualidad; hablamos también de la expresión de la idiosincrasia a través de lo que usamos para cubrirnos, porque en el contexto visual en el que vivimos nuestro cuerpo humano es también un instrumento y un medio de expresión, un lienzo en blanco sobre el que pintamos nuestros gustos y estados de ánimo con ropa, que sin necesidad de tener marcas o precios, cumple perfectamente su función inherente (de abrigarnos) y simbólica (de expresarnos).

A partir de estos aspectos re direccionados y contextualizados a la realidad de nuestro lugar y tiempo, este trabajo pretende a través del arte y el diseño replantear y mostrar los elementos de una identidad cultural local mediante la elaboración de productos con iconografía precolombina.

El diseño de indumentarias la actividad creativa que se ocupa del proyecto, planificación y desarrollo de los elementos que constituyen el vestir, para lo cual deben ser tomadas en cuenta, las necesidades humanas, los conceptos técnicos y socio-

---

<sup>8</sup>Entrevista realizada a Juventino Ordoñez (2013).

económicos adecuados a las modalidades de producción y las concepciones estéticas que reflejan las características culturales de la sociedad.

El diseño de modasse encarga de diseño de ropa y accesorios creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período específico.

Gran cantidad de artesanías y piezas artesanales como los objetos cerámicos, basan sus diseños en el catálogo de imágenes andinas precolombinas. Aunque se pueden encontrar ejemplos en todo el país, una referencia importante es CERART (CERÁMICA - ARTE), planta de cerámica de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), que desde los años 90, gracias al impulso del maestro Fabián Figueroa, se nutre también de los diseños de los estudiantes de la carrera de arte y diseño, dando lugar a la creación de la línea de cerámica étnica, ÑUKANCHIK que utiliza la iconografía prehispánica para decorar sus piezas.

### **2.2.1. Experiencia de diseño a partir de la gráfica rupestre de Loja.**

Desde el año 2000, los escasos ejemplos que existen sobre la aplicación de la gráfica rupestre de la provincia de Loja en proyectos artísticos y de diseño han sido dirigidos por gente vinculada a la UTPL; estas muestras constituyen una tímida aproximación a la construcción de una identidad local a través de la adaptación y renovación de vestigios ancestrales. El presente trabajo de investigación pretende convertirse en un aporte que permita visualizar el potencial estético y simbólico de la iconografía precolombina, y a la vez invite a nuestros artistas y diseñadores a experimentar y crear piezas basadas en esta gráfica.

En CERART desde el 2004 se elaboran pequeñas piezas decorativas como llaveros y platos que manejan una estética inspirada en las primeras obras de Diego González. Las imágenes del proyecto contribuyeron a refrescar el repertorio visual de la línea étnica de productos, ÑUKANCHIK, al ser aplicadas a la decoración de las nuevas series de productos.

Hace algunos años la editorial UTPL empezó a utilizar la imagen de los petroglifos para incluirla en los impresos de la universidad, desde entonces la gráfica ancestral está presente en la mayoría de publicaciones impresas o digitales de la institución; esto poco a poco ha convertido estos diseños en una especie de identidad visual o imagen corporativa, hasta llegar al punto de encontrarse pintados en las mismas paredes de algunos edificios del campus. (Molina, 2012).

### **2.3 Instituciones y empresas que trabajan con propuestas de difusión de la identidad de Ecuador y ruta de las organizaciones que generan propuestas artísticas y artesanales con el tema Precolombino**

El arte en el Ecuador precolombino tuvo una expresión más cultural y religiosa, al contrario del mundo occidental que fue en su mayoría una expresión estética. Las técnicas utilizadas por los antiguos pobladores, fueron varias incursionadas en el campo de la decoración de cerámica, el trabajo en metales, hueso, piedra entre otros.

Los textiles precolombinos fueron elaborados con técnicas muy creativas y sofisticadas, tanto por la finura de sus hilos, sus colores, la trama y urdimbre de sus tejidos, y los motivos en ellos representados. Casi todos los textiles estudiados recrean el mundo natural prehispánico y nos aproximan a sus riquezas naturales y a su gran relación histórica, la cual se ve reflejada en las grandes similitudes entre ellas. Se identificaron 53 motivos zoomorfos, 35 motivos geométricos y 24 motivos antropomorfos, pertenecientes a las Culturas Precolombinas, asentadas en las comunidades indígenas de Otavalo y Cacha en Ecuador, La Paz en Bolivia y Cuzco en Perú, y que han dado como resultado 112 fichas técnicas, que contienen valiosa información. En los textiles se aprecia representaciones naturalistas de felinos, venados, serpientes, animales de pastoreo y aves. Son escasos los registros de especies vegetales, sin embargo, en algunos tejidos, se observa el maíz. Los segmentos se encuentran trazados por los “Sistemas proporcionales” de trazado “Armónico Binario” y “Armónico Terciario” el cual aporta con proporción, simetría ritmo y equilibrio, presente en todas las composiciones iconográficas y modulares.

Conviene destacar que dada la importancia de promocionar la identidad nacional con representaciones iconográficas precolombinas a nivel nacional e internacional, las instituciones públicas, privadas; así como las empresas industriales y artesanales, actualmente demuestran un gran interés para trabajar con propuestas innovadoras y emprendedoras dirigidas a fortalecer y generar valores de conciencia colectiva de identidad cultural. Por tal motivo, la importancia del interés e ideas de nuevos emprendimientos por parte de agentes públicos y privados quedan demostrados en los siguientes objetivos a alcanzar en diferentes escenarios de corto, mediano y largo plazo:

- Dar a conocer sobre los antecedentes históricos de las culturas originarias.
- Mostrar los motivos y técnicas utilizadas en los diferentes objetos elaborados por las culturas originarias.
- Mostrar la importancia de la iconografía renovada en la generación de marcas-logos con identidad cultural.

- Fortalecer nuevos emprendimientos industriales con íconos precolombinos y utilizando fibras, textiles, metales, madera, cerámicas, vidrio, piedra, entre otras materias primas.

Las instituciones y empresas relevantes que se destacan en el arte precolombino son las siguientes:

**El Museo Casa del Alabado**, ubicado en el centro histórico de Quito, exhibe piezas arqueológicas, obras de arte precolombino creadas por artistas anónimos, de las culturas Valdivia, Chorrera, Tolita, Jama-Coaque y de todas las culturas que poblaron el territorio del Ecuador desde los cinco mil años antes de nuestra era. Cuenta con una colección de aproximadamente cinco mil obras de arte precolombinas, recuperadas de todas las regiones del Ecuador, abarcando alrededor de siete mil años de historia, desde los primeros aldeanos Valdivia, hasta la ocupación Inca en el Reino de Quito, y desde 1830 República del Ecuador. Las creaciones de artistas ecuatorianos actuales como: Oswaldo Viteri, Enrique Tábara, Estuardo Maldonado, Aníbal Villacís y Gilberto Almeida quienes realizaron esculturas en piedra, cerámica, sellos precolombinos y vasijas de culturas ancestrales.

**Tienda El Quinde**, exhibe en sus vitrinas y espacios piezas artísticas que unen lazos entre el diseño precolombino, la memoria histórica presente, los actuales habitantes indígenas y el arte moderno de la artista María Inés González, la creadora argentino-ecuatoriana radicada hace más de 50 años en nuestro país, realiza una propuesta didáctica, en la que une el diseño de joyas y textiles exclusivos que emulan las formas estéticas más características de las culturas que habitaron la parte andina de Sudamérica. Son piezas que tienen como base una profunda investigación sobre el mundo indígena. Mantiene una galería de arte en Quito, Ecuador; Hanover, Alemania y Caracas, Venezuela.

Las representaciones iconográficas de un grupo de piezas precolombinas provenientes de la provincia del Carchi, se encuentran en el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y del Banco Central del Ecuador.

En San Antonio de Ibarra, uno de los personajes más destacados es Daniel Reyes que en 1868 se inició desde niño como ayudante de escultores que llegaron desde Quito para restaurar las valiosas piezas de arte de templos e iglesias destruidas por el terremoto en Ibarra, es allí donde se crea el espíritu sobre ésta pasión que luego lo convertirá en un referente nacional y un personaje ícono de la identidad ecuatoriana debido a su talento y entrega por el arte.

En Cuenca, ciudad declarada Patrimonio Cultural en el año de 1999, en la ciudad africana de Marrakech, por la Unesco; se localiza **Cerámica Vega**, con 35 años de experiencia bajo la dirección del ceramista y diseñador cuencano Eduardo Vega, artista plástico; quién ha



desarrollado una amplia y reconocida producción con íconos precolombinos reconocidos a nivel nacional e internacional. Los artesanos de esta ciudad han desarrollado emprendimientos con el uso de íconos precolombinos, igual situación es observable en San Antonio de Ibarra.

Entre los actores principales que buscan cumplir con los objetivos señalados destacamos la acción del Gobierno Nacional actual que busca incrementar el patrimonio cultural y natural del Ecuador en un 30 por ciento hasta el 2013, como base para el fortalecimiento de la identidad del pueblo ecuatoriano. Estos objetivos son ejecutados por una serie de instituciones como el Consejo Sectorial, presidido por el Ministerio Coordinador de Patrimonio, que está conformado por un representante de: Ministerio de Cultura, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Deportes, Consejo de Gobierno de Galápagos, Corporación Ciudad Alfaro, Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Educación Cultural Bilingüe y Dirección Nacional de Salud de los Pueblos Indígenas.

La acción pública, propuesta desde este objetivo, abre posibilidades múltiples para hacer realidad la economía endógena para el “Buen Vivir y Sostenible”, sobre la base de la identidad y la relación necesaria entre el patrimonio ambiental y cultural. Entendida de ese modo, la interculturalidad aparece como una apuesta al futuro que, junto con el reconocimiento de la plurinacionalidad y el Buen Vivir, ( artículos 21 y 25 de la Constitución del 2008), tiene la capacidad de lograr acuerdos entre los actores culturales, sociales, políticos e institucionales diferenciados. Su acción está encaminada a la construcción de una sociedad incluyente, solidaria, soberana y recíproca, capaz de fundamentar una propuesta de desarrollo a largo plazo, que permita enfrentar los desafíos de la globalización y sus contradicciones en la actual crisis mundial, mediante un cambio de la matriz productiva nacional; por lo tanto la riqueza del arte precolombino se convertiría en una línea estratégica de desarrollo industrial.

Con el objetivo de recuperar y fomentar la identidad, los valores y la belleza de las localidades urbanas ecuatorianas el Gobierno nacional invertirá hasta el 2017, la cantidad de USD\$ 933´486.692 en 72 ciudades de las cuatro regiones del país, entre las primera a ser intervenida es la ciudad de Loja.

Finalmente, otro de los actores involucrados en la recuperación ancestral de la iconografía de las culturas originarias sobresale la *universidad ecuatoriana*, instituciones de educación superior que ofertan carreras académicas de formación de profesionales en Arte y Diseño; así como la vinculación con el desarrollo de centros de investigación y su relación con los sectores empresariales del Ecuador.

Así destacamos que en la Universidad Técnica Particular de Loja en el año de 1983 se crea la planta de Cerámica CERART como un laboratorio de prácticas profesionales y producción industrial. Vincula en su accionar a profesionales y estudiantes de Arte y Diseño, Ingeniería Química, Economía y Administración de Empresas.

El principal objetivo de esta planta, es el de desarrollar y producir cerámica artística de alta calidad y con valor agregado representando en sus diversas formas y figuras, se convierte así en un puntal de formación para los docentes y estudiantes en las áreas concernientes, sirviendo a la comunidad con una cobertura acorde a sus necesidades. La planta elabora productos en 2 líneas de producción como son Ñukanchik (lo nuestro) y Yapacunchi (dar algo más) para resaltar nuestra cultura en productos de calidad y originalidad elaborados a mano.

El apoyo que las universidades se encuentran brindado en este tema es de gran importancia, ya que los jóvenes cada vez más valoran sus raíces, y la identidad del país, ya que tienen la oportunidad de familiarizarse con artesanías locales y así también aprenden sobre las culturas ancestrales y el origen de nuestra identidad unidos con los artesanos y artistas individuales que a través de sus obras como esculturas, pinturas, joyas y otros productos nos muestran la verdadera identidad de los ecuatorianos, y dan a conocer al mundo lo nuestro.

Así la identidad del Ecuador hoy en día es potenciada, por una serie de factores e instituciones que buscan que la cultura y costumbres de un pueblo diverso como el nuestro no se pierdan.

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO DE PRODUCTOS CON ICONOS PRECOLOMBINOS**

### **3.1 Mercado**

Para entender lo que es el mercado como tal en el contexto del comercio, nos remitiremos a una concepción que abarca de manera total los elementos que son parte esencial del mercado. Según Stanton & Walker (2000), autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el mercado como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo".

El mercado de los productos con iconografía precolombina serán las personas u organizaciones que tengan gusto por el producto nuestro, que sea elaborado en el país y sobre todo que plasme nuestras raíces, para tener presente nuestra identidad, además será un gran atractivo para los extranjeros ya que pueden llevar de souvenir una pieza precolombina y recordar a Ecuador.

#### **3.1.1 Tipos de mercados.**

Según Fischer y Espejo (2004), autores del libro "Mercadotecnia", las empresas tienen identificado geográficamente su mercado, los cuales pueden ser:

- Mercado Internacional: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- Mercado Nacional: Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambios de bienes y servicios.
- Mercado Regional: Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo: Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- Mercado Metropolitano: Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- Mercado Local: "Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana".

Para el desarrollo de este estudio de mercado relacionado a la comercialización de productos con iconografía precolombina, como la bisutería y uniformes deportivos, se cubrirá las necesidades de demanda en la ciudad de Loja, mediante el mercado local, en función de la concepción que este mercado tiene, el cual se acopla de manera perfecta a las necesidades.

### 3.2 Estudio de Mercado

En el presente estudio de mercado se utilizó el 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.

Para dar a conocer como está estructurado el presente trabajo se debe informar que el estudio de mercado está compuesto por cuatro componentes que son:

- La oferta (artesanos)
- La demanda de la ciudadanía en este caso los estudiantes
- Los precios
- La comercialización

#### 3.2.1 Tipos de estudios de mercado.

Según el autor Kotler (1996), los tipos de estudios de mercados que se utilizan en la actualidad son cuantitativos y cualitativos, en el presente estudio se utilizarán ambos de la siguiente manera:

- **Estudios cualitativos:** Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras.

Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia.

- **Estudios cuantitativos:** Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera.

Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

### **3.3 Investigación de mercado cualitativa**

#### **3.3.1 Grupos focales.**

La técnica que se utilizó para realizar la investigación estratégica cualitativa es la técnica del grupo focal. Dicha técnica se la realizó bajo los siguientes parámetros: afinidad con el arte, conocimiento de la iconografía precolombina, interés en trabajar en este proyecto.

El objetivo de estos grupos focales fue determinar el conocimiento que tienen los artesanos de la ciudad de Loja en cuanto al arte precolombino, para proponerles la creación de los productos y su próxima comercialización.

Este estudio fue realizado a un grupo focal de hombres y mujeres de la siguiente manera:

Segmento: Hombres y Mujeres, edades entre 30– 65 años, clase socio-económica: media, media alta, artesanos de la ciudad de Loja.

Tamaño de la muestra: 10 personas

Tiempo del grupo focal: 15 minutos

Las preguntas realizadas al grupo focal fueron:

- Compartan con nosotros por favor, ¿Es apreciado el arte en Loja?
- ¿Qué es para ustedes el arte?
- De los diferentes tipos de arte, ¿Por qué escogieron trabajar cada uno en su rama?
- De acuerdo a su estilo de vida, ¿Podrían trabajar para crear artesanías precolombinas?
- Por favor coméntenos ¿Con qué frecuencia ha escuchado hablar sobre iconografía?
- ¿Les incomoda el hecho de cambiar sus diseños por los iconos precolombinos?

#### **3.3.2 Resultados del grupo focal realizado.**

Estos son los resultados levantados a partir del grupo focal llevado a cabo con el propósito de conocer la aceptación de la iconografía precolombina en los artesanos de la ciudad de Loja:

“Si es apreciado por la ciudadanía pero no se le da el valor que debería y pagan muy poco por nuestro trabajo” (Diego Gálvez, 50 años)

“Es la expresión de lo bello de la creación de la mano del hombre” (Diego Guerrero, 38 años)

“Es una herencia que dejaron mis padres, ellos me lo enseñaron” (Enith Palacios, 52 años)

“Claro, nos deben instruir sobre lo que abarca lo precolombino y nosotros con gusto trabajaremos para plasmarlo en nuestras obras” (Pablo Hidalgo, 38 años)

“Muy poco en realidad, es un término que no todos conocen” (Ruth Becerra, 35 años)

“No me incomoda ya que estoy presto a trabajar y contribuir a este proyecto” (José Sarango, 48 años)

Claramente, considerando los resultados obtenidos de la investigación de mercado cualitativa, se puede identificar la aceptación por parte de los principales representantes de los artesanos de la ciudad de Loja, dicha evidencia se confirmará con los resultados obtenidos de la investigación de mercado cuantitativa a realizar.

### **3.4 Investigación de mercado cuantitativa**

El nivel de investigación será de tipo descriptivo para lo cual se utilizarán documentos e investigación de campo. La muestra será la proporción correcta de un grupo representativo del universo, el cual pueda dar resultados satisfactorios y característicos.

Se realizaron 2 tipos de encuestas diferentes, una encuesta fue dirigida a los propietarios de almacenes deportivos de la ciudad de Loja, artesanos de la ciudad de Loja, artesanos de Saraguro, artesanos de Gonzanamá y artesanos de San Lucas. A estas personas se las considera la parte ofertante del producto que va a ser (artesanías con iconografía precolombina).

La segunda encuesta fue dirigida a estudiantes del área Administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja, considerando a los jóvenes como los demandantes del producto (artesanías con iconografía precolombina).

### 3.4.1 Objetivos generales y específicos (encuesta dirigida a los artesanos).

#### Objetivo General

Generar nuevos emprendimientos en la industria artesanal de la ciudad de Loja con la aplicación de los iconos precolombinos año 2013-2014.

#### Objetivos Específicos

- Conocer en que rama trabajan los artesanos de la ciudad de Loja, Saraguro, Gonzanamá y San Lucas.
- Analizar las creaciones artísticas en torno al tema precolombino en Loja y en el Ecuador.
- Desarrollar una metodología de aplicación para los diseños y obras de arte.

### 3.4.2 Cálculo de la muestra.

- **Para encuestar a los propietarios de almacenes deportivos de la ciudad de Loja, artesanos de la ciudad de Loja, artesanos de Saraguro, artesanos de Gonzanamá y a los artesanos de San Lucas.**

En la ciudad de Loja existen 19 almacenes deportivos que trabajan en la elaboración de uniformes escolares y deportivos, además en la ciudad de Loja se contactó a 10 artesanos representantes del arte, en Saraguro se encontró a 21 artesanos, en Gonzanamá se encontró a 7 y en San Lucas se encontró a 6 artesanos que están dispuestos a trabajar con la iconografía precolombina.

Por lo tanto 63 artesanos son nuestro universo de investigación.

Para calcular la muestra con la que trabajaremos necesitamos la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (63)(0.5)(0.5)}{(62)(0.03)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$



$$n = \frac{(3.8416)(15.75)}{0.0558 + 0.9604}$$

$$n = \frac{60.5052}{1.0162}$$

$$n = 59.54$$

**Dónde:**

- n = Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta para el trabajo de campo.
- P y q = Representan la probabilidad. Se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.
- Z = desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error = 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto el valor Z = 1.96
- N = El total de almacenes deportivos de la ciudad de Loja, artesanos de la ciudad de Loja, artesanos de Saraguro, artesanos de Gonzanamá y artesanos de San Lucas (63).
- e<sup>2</sup>= Error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 0.03

Utilizando la fórmula mencionada, se obtiene una muestra de 59 artesanos y propietarios de almacenes deportivos, aplicando técnicas de investigación y observación se puede obtener resultados representativos con el 95% de intervalo de confianza.

- **Para encuestar a los alumnos de la UTPL**

La Universidad Técnica Particular de Loja en el presente año electivo 2013-2014, registra un total de 981 estudiantes del área administrativa, de los cuales 302 alumnos son de la carrera de Economía, 250 alumnos son de Contabilidad, 231 alumnos son de Administración de Empresas y 198 son de la escuela de Banca y Finanzas.

Por lo tanto los 981 estudiantes son nuestro universo de investigación.

Para calcular la muestra con la que trabajaremos necesitamos la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{(1.96)^2(981)(0.5)(0.5)}{(980)(0.03)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{942.1524}{0.882 + 0.9604}$$

$$n = \frac{942.1524}{1.8424}$$

$$n = 511.37$$

$$n = 511$$

**Dónde:**

- n = Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta para el trabajo de campo.

- P y q = Representan la probabilidad. Se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.
- Z = desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error = 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto el valor Z = 1.96
- N = El total de alumnos del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (981)
- $e^2$  = Error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 0.03

Utilizando la fórmula mencionada, se obtiene una muestra de 511 estudiantes del área administrativa, aplicando técnicas de investigación y observación se puede obtener resultados representativos con el 95% de intervalo de confianza.

- **Resultados de la Investigación con la participación de los artesanos, población objetivo de la investigación.**

Los artesanos son los oferentes, al ser encuestados sus respuestas lanzan datos importantes para conocer a fondo sus ideas y preferencias, en la cual se detallarán los conocimientos que tienen los artesanos en cuanto a la iconografía precolombina, además de sus limitaciones para poder trabajar con este tipo de arte, con el propósito de obtener un perfil profesional de los artesanos y propietarios de los almacenes deportivos por áreas y competencias que puedan aportar con sus conocimientos a cada uno de los diseños iconográficos.

En el presente estudio se puede observar que se conoce de 63 artesanos y mediante la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra se determinan 59 personas a ser analizadas. En el capítulo 4 se presenta los resultados obtenidos en cada una de las preguntas de la encuesta aplicada a los propietarios de almacenes deportivos de Loja, a los artesanos de Loja, Saraguro, Gonzanamá y San Lucas.

- **De las encuestas realizadas a los alumnos del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja**

Los 350 alumnos encuestados, dan datos importantes para poder analizar a fondo, los cuales detallarán las preferencias que tienen los jóvenes en el momento de adquirir productos con iconografía precolombina, con el propósito de conocer si a la gente joven le llama la atención este tipo de arte y si lo compraría, además de aportar con sus ideas para captar la atención del mercado juvenil.

Se conoce que hay 981 alumnos del área administrativa en la UTPL mediante la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra se determinó 350 personas a ser analizadas. En el capítulo 4 se presenta los resultados obtenidos en cada una de las preguntas de la encuesta aplicada a los alumnos.

## **CAPÍTULO IV**

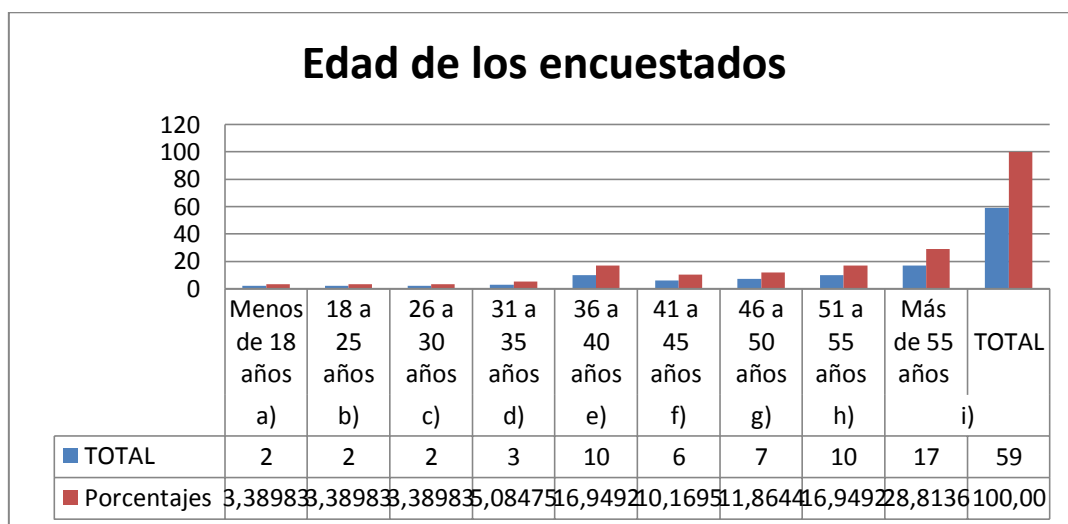
### **RESULTADOS DE LA SOCIALIZACIÓN DE LOS ICONOS PRECOLOMBINOS**

#### 4.1. Análisis de los resultados del instrumento de la investigación

- Encuestas dirigidas a propietarios de almacenes deportivos de la ciudad de Loja y a los artesanos del cantón de Loja, Saraguro, Gonzanamá y San Lucas.

Una vez realizado el levantamiento de encuestas, se procede al análisis de los datos:

**Gráfico No. 1**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

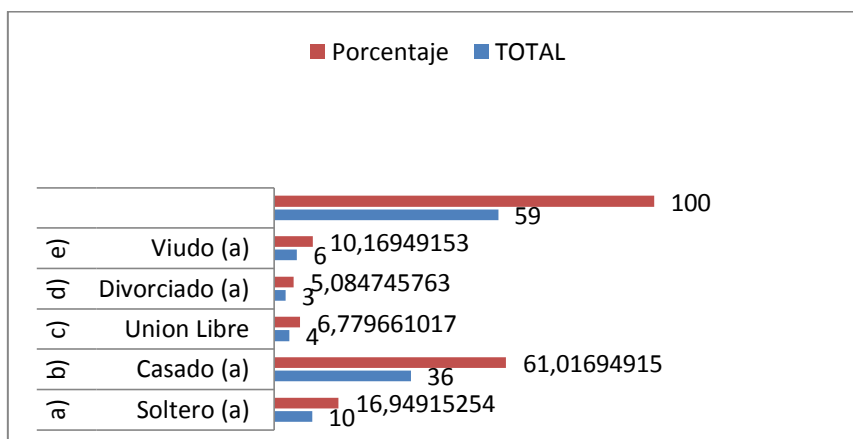
**ELABORACIÓN:** El Autor

El 28.81% de los encuestados tienen más de 55 años de edad, de esta forma se puede ver que los artesanos son personas en una edad avanzada.

El 16.95% de los encuestados están en edades de 36 a 40 años y de 51 a 55 años de edad, lo que comprueba que las personas mayores son las que se dedican a esta actividad.

## Gráfico No. 2

### Estado Civil de los encuestados



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

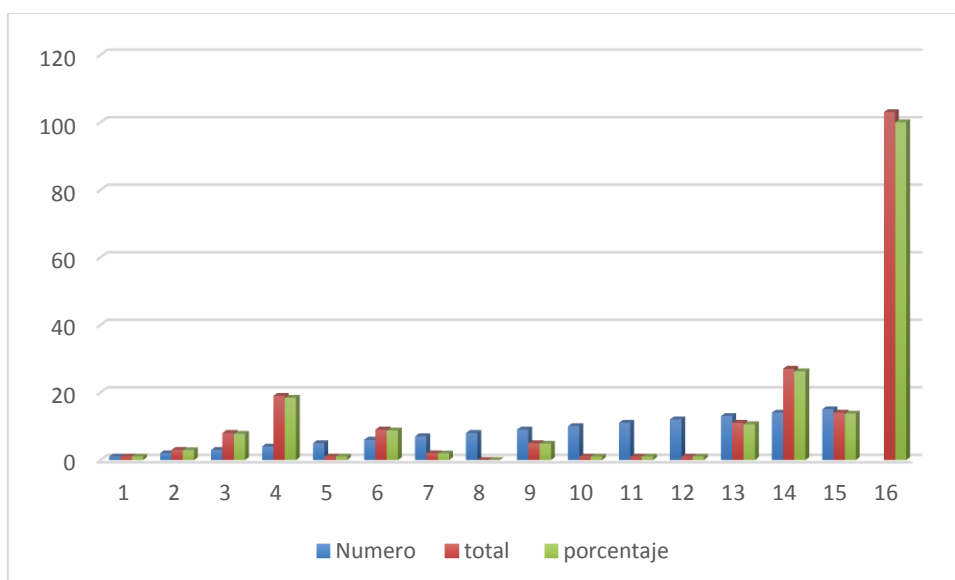
El 61.02% de los encuestados son casados y se dedican a la artesanía con su pareja.

El 16.95% de los encuestados son solteros y trabajan por su cuenta en sus respectivos talleres.

El 10.17% de los encuestados son viudos y comentan que antes trabajaban con sus respectivas parejas.

## Gráfico No.3

### Si usted trabaja en actividades artesanales especifique la rama



Número	Actividad
1	Aluminio, vidrio y conexos
2	Artes gráficas y conexos
3	Bordados
4	Bisutería ( mullos)
5	Cerámica
6	Chaquira
7	Carpintería
8	Ebanistería
9	Manualidades y conexos
10	Mecánicos, metales
11	Sombrería
12	Tarjetería
13	Tejidos de Lana natural
14	Textiles y confecciones
15	Otras

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 26.21% de los encuestados trabajan en la rama de textiles, confecciones y conexos por ende esta actividad artesanal es la principal fuente de sustento para los trabajadores de Loja y su provincia.

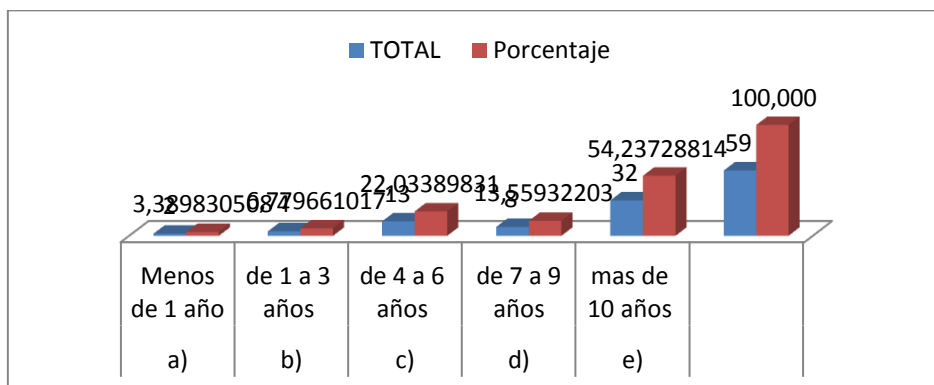
El 18.45% de los encuestados trabajan en Bisutería (mullos) creando manillas, collares y otros accesorios que son comprados por mujeres y hombres de todas las edades.

El 13.59% de los encuestados NO trabajan en las actividades artesanales principales que se puso en el cuadro, estos artesanos trabajan en otras ramas como la Alfarería, la orfebrería (suela), la sastrería, tejidos croshe, tejidos en hilo, tejido acrílico, tinturado de ropa típica.



### Gráfico No.4

#### Qué tiempo lleva desarrollando esta actividad



FUENTE: Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

ELABORACIÓN: El Autor

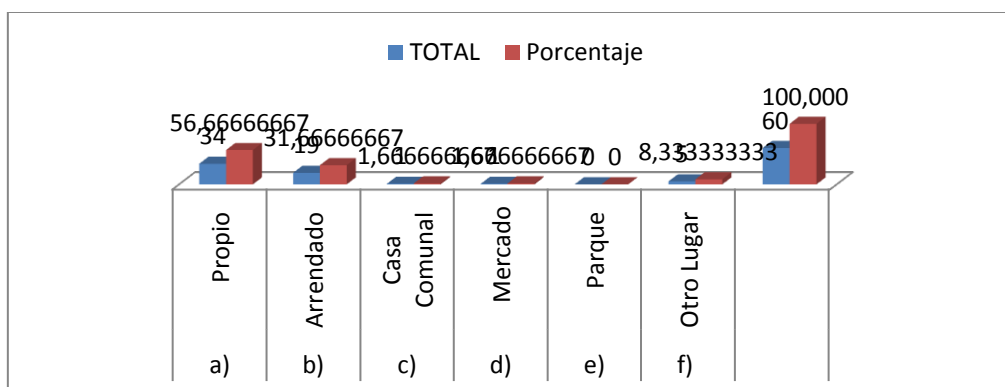
El 54.24% de los encuestados van trabajando más de 10 años en la actividad artesanal, siendo su forma de sustento económico trabajando con su familia.

El 22.03% de los encuestados llevan trabajando de 4 a 6 años en las actividades artesanales, estas personas son los que lo toman más como un hobby que como su sustento económico ya que tienen otros trabajos.

El 13.56% de los encuestados llevan trabajando de 7 a 9 años en actividades artesanales y son los que han aprendido el oficio por sus padres y trabajan en familia.

### Gráfico No.5

#### El lugar donde usted desarrolla las actividades artesanales es



FUENTE: Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

ELABORACIÓN: El autor

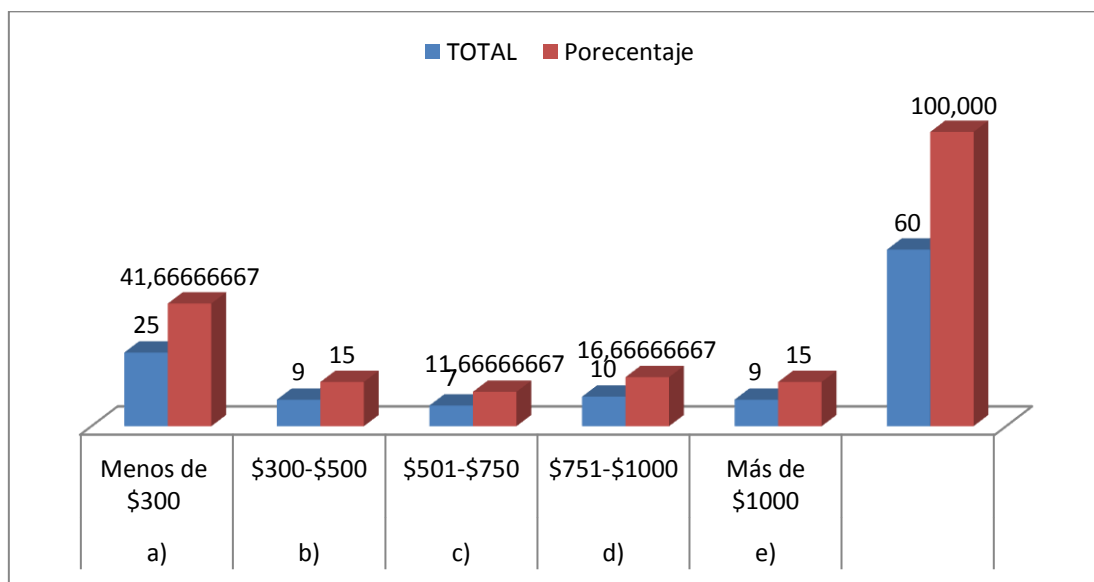
El 56.67% de los encuestados trabajan en un lugar propio, la mayoría lo hacen en sus casas adecuando un espacio para tener una especie de taller, el resto de artesanos tienen almacenes dedicados únicamente para la elaboración de artesanías.

El 31.67% de los encuestados trabajan en lugares arrendados, como almacenes y bodegas que les permitan tener todos los materiales necesarios para la elaboración de artesanías, al trabajar en un lugar arrendado gastan dinero mensualmente y esto no les permite ahorrar comentan.

El 8.33% de los encuestados trabajan en otros lugares de los que están indicados en el cuadro, como en municipios o en la calle, ellos llevan sus materiales a todo lugar que va, estas personas son los de más escasos recursos económicos.

**Gráfico No.6**

**¿Cuál es el ingreso mensual que le genera realizar la actividad artesanal?**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

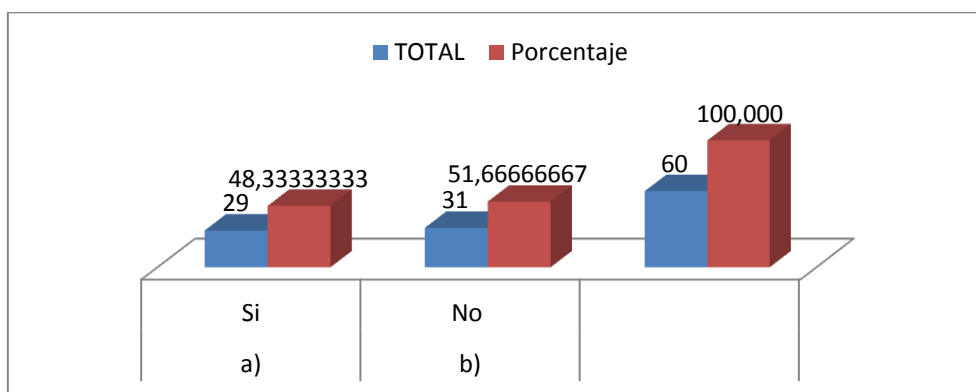
El 41.67% de los encuestados ganan menos de \$300 dólares americanos al mes, esto se da ya que deben pagar su local de trabajo y no les queda mucha ganancia.

El 16.67% de los encuestados ganan entre \$751-\$1000 dólares americanos al mes, estas personas sacan provecho de su trabajo y por lo general trabajan en lugares propios que les permite ahorrar y tener una mayor ganancia.

El 15% de los encuestados ganan dos diferentes cantidades mensuales, uno se divide entre los trabajadores que ganan entre \$300-\$500 dólares americanos al mes y el otro 15% ganan más de \$1000 dólares americanos ya que son los que más tiempo llevan en el mercado y ya tienen una clientela establecida, además trabajan en lugares propios y no tienen que gastar mucho dinero.

**Gráfico No.7**

**¿Conoce usted sobre la aplicación de la iconografía precolombina en actividades productivas artesanales?**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

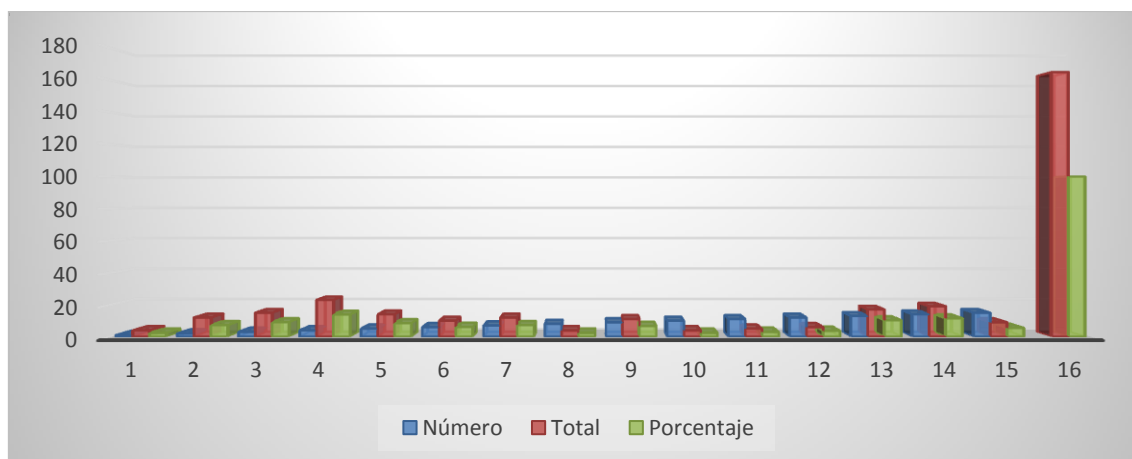
**ELABORACIÓN:** El Autor

El 51.67% de los artesanos no conocen la aplicación de la iconografía precolombina en actividades productivas artesanales, unos nunca han visto ni han escuchado sobre este tema, mientras que otros fabrican artesanías precolombinas sin saberlo, únicamente lo hacen sin saber su significado.

El 48.33% de los encuestados si conocen la aplicación de la iconografía precolombina en actividades productivas artesanales, algunos ya han elaborado diseños artesanales y el resto de trabajadores han visto trabajos de otras personas con estas características mencionadas.

**Gráfico No.8**

**En qué actividad productiva artesanal usted considera que podría generarse una mayor aplicación de la iconografía precolombina**



Número	Actividad
1	Aluminio, vidrio y conexos
2	Artes gráficas y conexos
3	Bordados
4	Bisutería ( mullos)
5	Cerámica
6	Chaquira
7	Carpintería
8	Ebanistería
9	Manualidades y conexos
10	Mecánicos, metales
11	Sombrería
12	Tarjetería
13	Tejidos de Lana natural
14	Textiles y confecciones
15	Otras

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 13.94% de los encuestados consideran que la Bisutería (mullos) sería la actividad productiva artesanal que podría generar una mayor aplicación de la iconografía precolombina ya que es más fácil de encontrar el material y de elaborar artesanías, esta

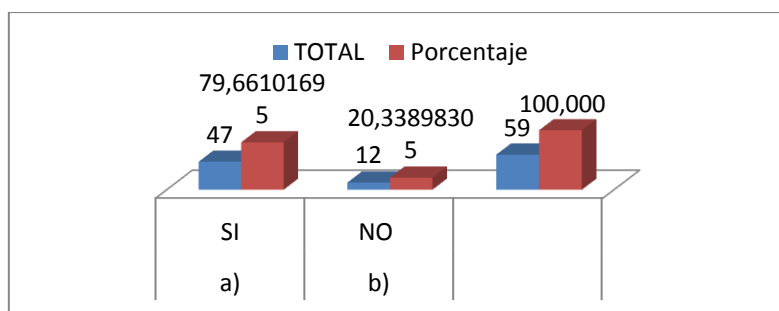
respuesta se da ya que la mayoría de encuestados trabajan con mullos y por ende la consideran la mejor opción.

El 11.52% de los encuestados consideran que los textiles, confecciones y conexos sería la actividad productiva artesanal que podría generar una mayor aplicación de la iconografía precolombina ya que se puede hacer uniformes para escuelas, instituciones o equipos con estos símbolos, se los diseñaría y se los trabajaría con la maquinaria que tienen los almacenes deportivos que son quienes se dedican a esta actividad.

El 10.30% de los encuestados consideran que los tejidos de lana natural sería la actividad productiva artesanal que podría generar una mayor aplicación de la iconografía precolombina ya que se puede elaborar un producto que es muy considerado por los clientes por el hecho de ser hecho a mano.

### Gráfico No.9

#### Le gustaría aplicar la iconografía precolombina en la actividad artesanal que usted realiza actualmente



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

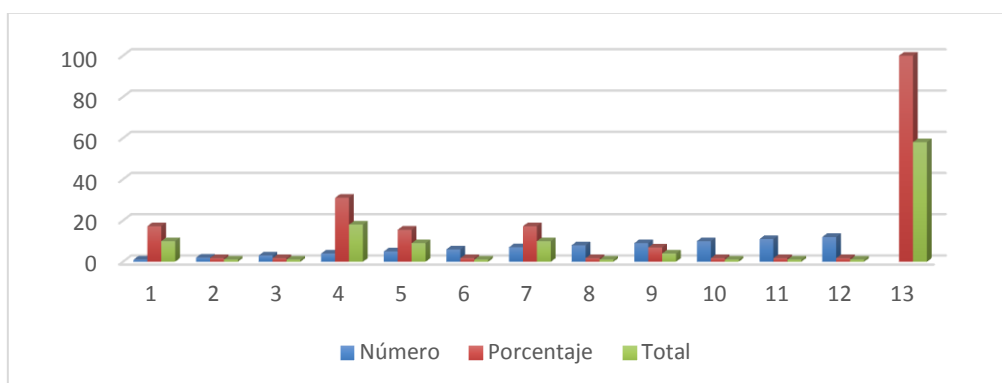
El 79.66% de los encuestados contestaron que si les gustaría aplicar la iconografía precolombina en la actividad artesanal que realizan actualmente, les pareció muy interesante la iconografía y el poder dar a conocer lo que significan estos símbolos antiguos ya que son la identidad de nuestro pueblo.

El 20.34% de los encuestados contestaron que no les gustaría aplicar la iconografía precolombina en la actividad artesanal que realizan actualmente, esto se debe a que no tienen un conocimiento sobre lo que es la iconografía precolombina, no saben cómo explotar

su capacidad ya que es algo que desconocen, ellos optan por sus diseños tradicionales que ya son conocidos en el mercado.

### Cuadro No.10

**En qué actividad productiva artesanal a usted le gustaría emprender con la utilización de los íconos precolombinos**



Número	Actividad
1	Textiles
2	Mecánica y diseño
3	Vidrio
4	Bordados y confecciones
5	Manualidades
6	Sombrerería
7	Bisutería
8	Chaquiras
9	Tejidos en lana natural
10	Orfebrería
11	Carpintería
12	Artes Gráficas

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 31.03% de los encuestados contestaron que en la actividad productiva artesanal que les gustaría emprender con la utilización de los íconos precolombinos son los bordados y

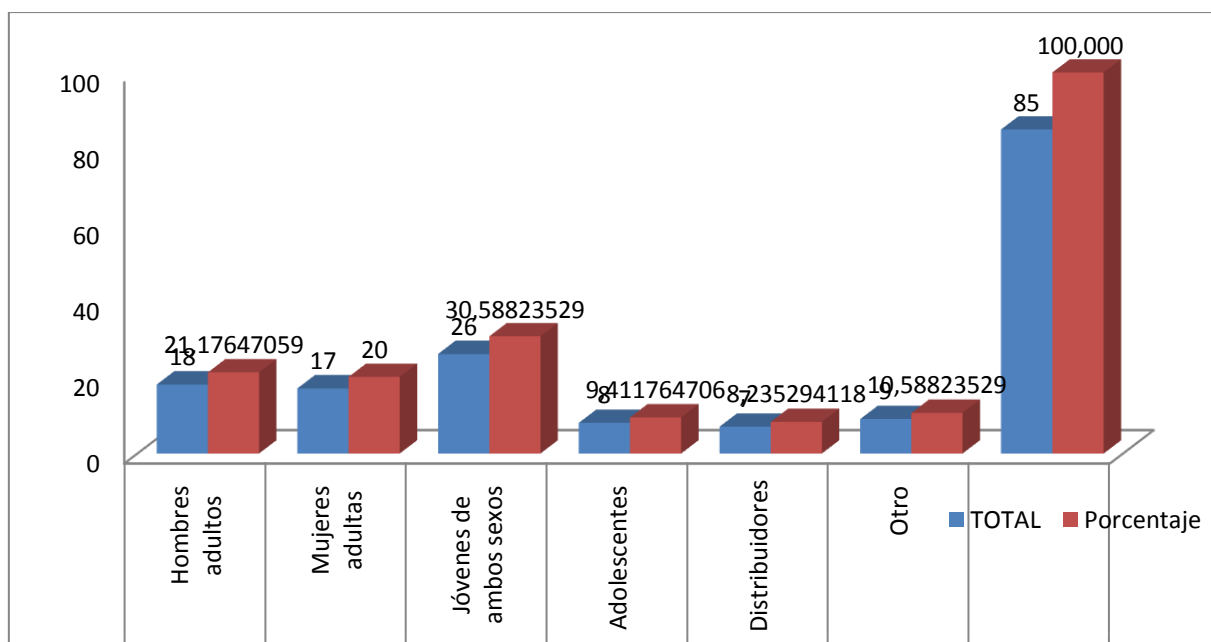
confecciones (uniformes, ponchos y manteles) ya que es lo que más compra la gente, por ende es donde se puede obtener una mayor ganancia y como son confecciones grandes se puede plasmar de una buena forma los diseños deseados.

El 17.24% de los encuestados contestaron que en la actividad productiva artesanal que les gustaría emprender con la utilización de los íconos precolombinos son los textiles, y con el mismo 17.24% de los encuestados les gustaría emprender con la bisutería (mullos) y la razón principal es que estos artesanos han trabajado toda su vida únicamente con estos materiales.

El 15.52% de los encuestados contestaron que en la actividad productiva artesanal que les gustaría emprender con la utilización de los íconos precolombinos son las manualidades (aretes y manillas) y esto va de la mano con la bisutería para trabajar en mullos.

**Cuadro No.11**

**Cuál sería el perfil de su cliente de las nuevas artesanías con la aplicación de los íconos precolombinos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

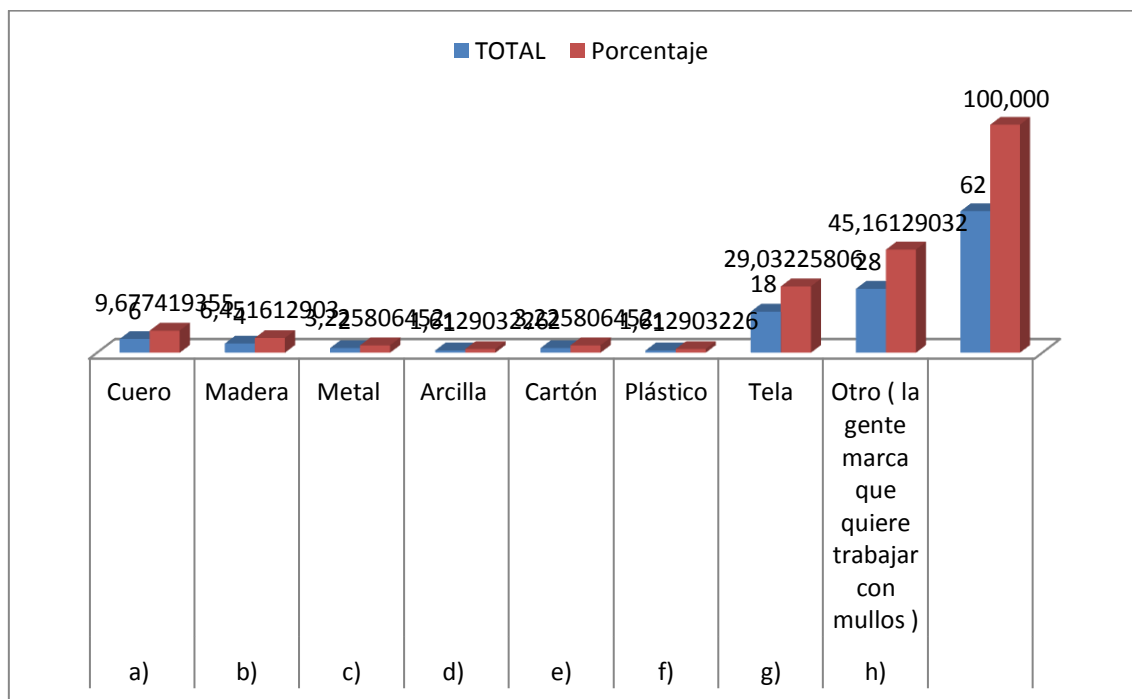
El 30.59% de los encuestados creen que el perfil de su cliente de las nuevas artesanías con la aplicación de los iconos precolombinos serían los jóvenes de ambos sexos, esto se daría ya que los jóvenes si tienen conocimiento sobre los iconos precolombinos ya que está dentro de su régimen de estudio ya sea en escuelas, colegios o universidades.

El 21.18% de los encuestados creen que el perfil de su cliente de las nuevas artesanías con la aplicación de los iconos precolombinos serían los hombres adultos ya que ellos compran las artesanías para dar regalos.

El 20.00% de los encuestados creen que el perfil de su cliente de las nuevas artesanías con la aplicación de los iconos precolombinos serían las mujeres adultas ya que ellas compran la artesanía para adornar sus casas u oficinas.

**Gráfico No.12**

**¿Cuál sería la materia prima que usted emplearía para la fabricación de productos artesanales con iconos precolombinos?**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor



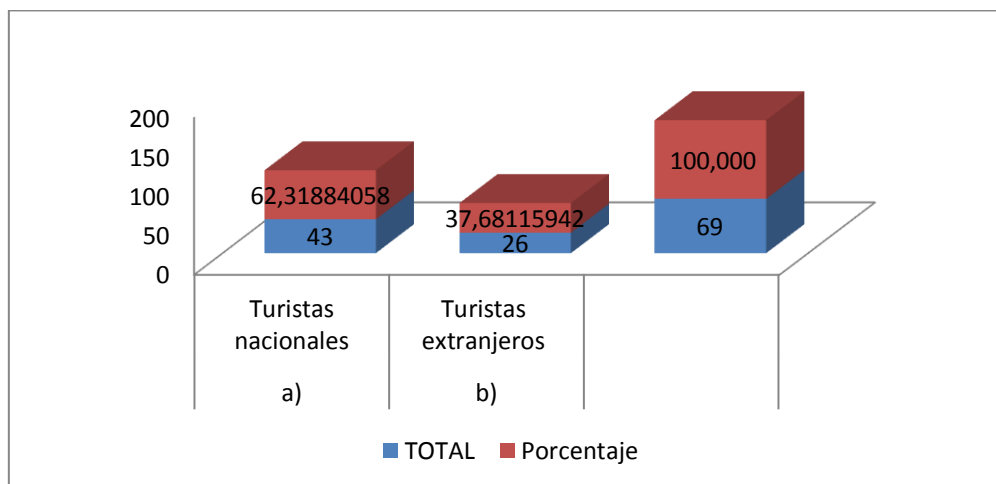
El 45.16% de los encuestados emplearían la opción de otro, como los mullos para la fabricación de productos artesanales con iconos precolombinos, esto se da porque la mayoría de encuestados trabajan en bisutería y saben manejar los mullos a la perfección.

El 29.03% de los encuestados utilizaría como materia prima la tela para la fabricación de productos artesanales con iconos precolombinos, ya que consideran que con este material se puede dar la forma deseada de los símbolos e iconos precolombinos.

Mientras que el 9.68% de los encuestados utilizaría como materia prima el cuero para la fabricación de productos artesanales con iconos precolombinos, porque el cuero da un aspecto elegante para desarrollar esta arte y a su vez es fácil de trabajarlo.

**Gráfico No.13**

**Qué tipo de cliente se inclina por comprar las artesanías que usted fabrica**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los artesanos de Loja, Saraguro, San Lucas y Gonzanamá (2013)

**ELABORACIÓN:** El autor

El 62.32% de los encuestados contestó que sus principales clientes son turistas nacionales, comentan los artesanos que las personas locales se interesan más por este tipo de arte que los extranjeros.

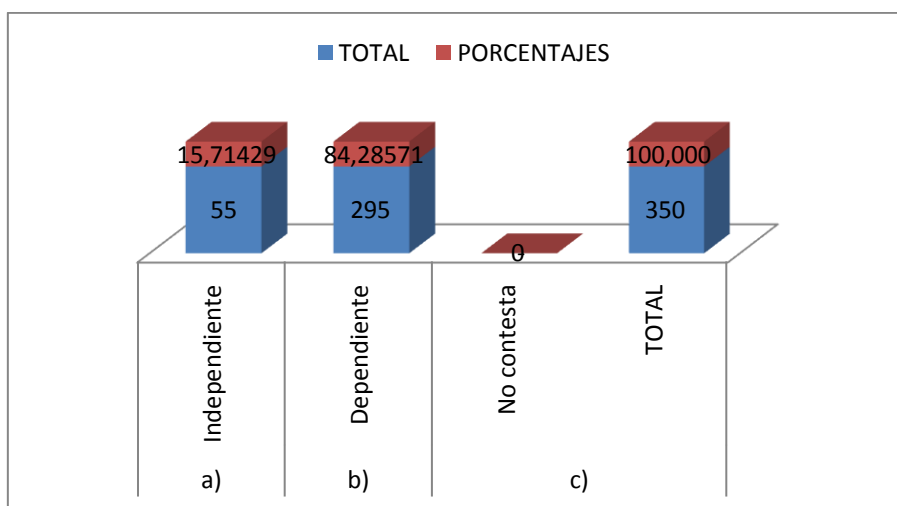
El 37.68% de los encuestados tienen como principales clientes a turistas extranjeros, estos artesanos comentan que los extranjeros llevan varios objetos ya que los utilizan como regalos o souvenirs como un recuerdo de su visita por nuestro país.

- Encuestas dirigidas a los alumnos del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja

Una vez realizado el levantamiento de encuestas, se procede al análisis de los datos:

**Gráfico No. 1**

**Situación Económica**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

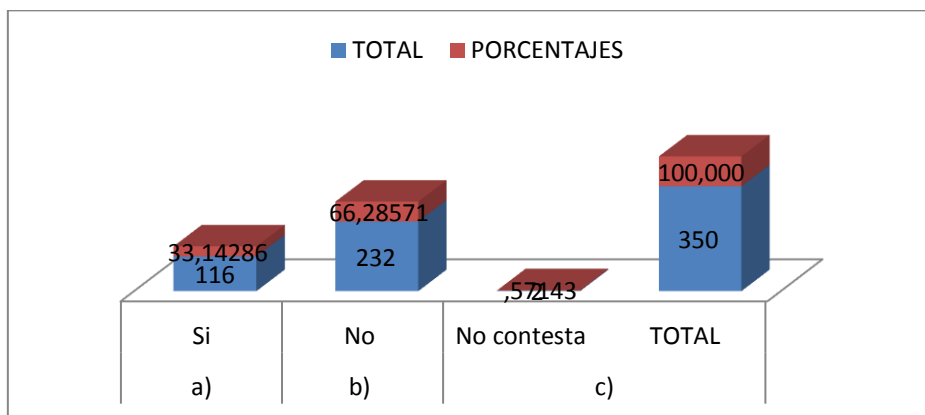
**ELABORACIÓN:** El Autor

El 84.29% de los encuestados tienen una situación económica dependiente, reciben dinero ya sea de sus padres o de otros familiares, esto se debe a que son estudiantes y no trabajan.

El 15.71% de los encuestados tienen una situación económica independiente, estos estudiantes asisten a la Universidad y trabajan para poder costear sus estudios.

## Gráfico No. 2

### Ha trabajado en los últimos 6 meses



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

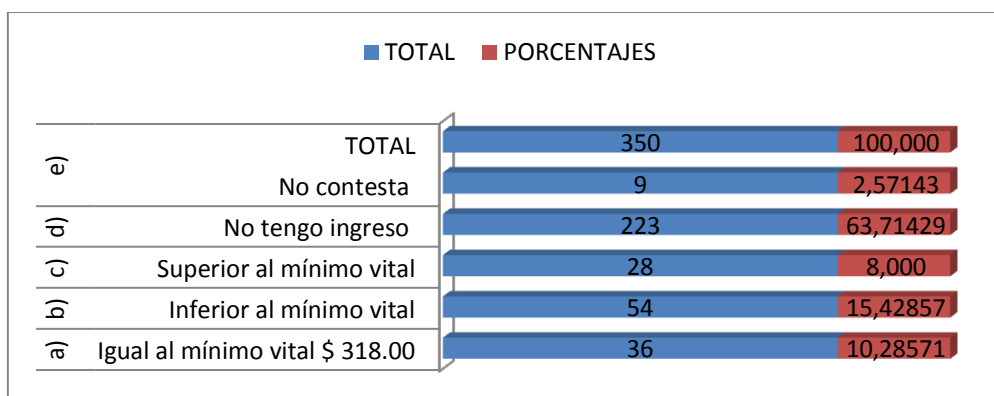
El 66.29% de los encuestados contestaron que no han trabajado en los últimos 6 meses, únicamente se dedican a estudiar.

El 33.14% de los encuestados si trabajaron en los últimos 6 meses, estos estudiantes ayudan a pagar sus estudios a sus padres.

El 0.57% de los encuestados no contestaron esta pregunta.

## Gráfico No.3

### Su ingreso salarial es



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 63.71% de los encuestados no tienen un ingreso salarial ya que dependen únicamente de sus padres.

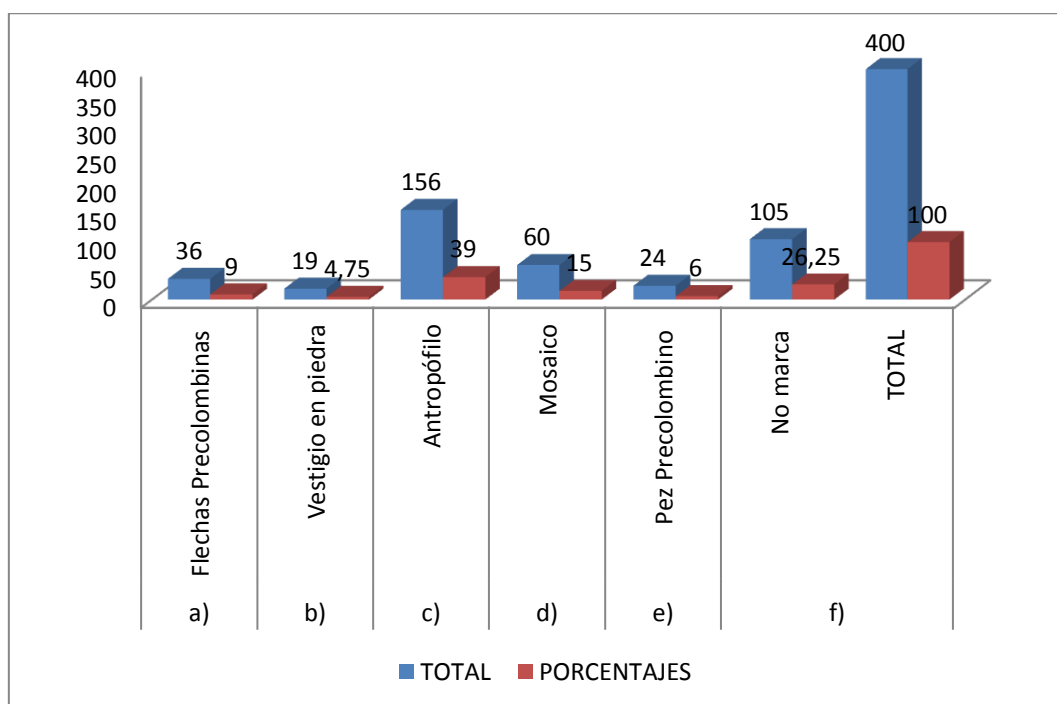
El 15.43% de los encuestados tienen un ingreso salarial inferior al mínimo vital ya que son estudiantes que trabajan solo por horas.

El 10.29% de los encuestados tienen un ingreso salarial igual al mínimo vital de \$318 dólares americanos.

**Gráfico No.4**

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS CON LA UTILIZACIÓN DE ICONOS PRECOLOMBINOS**

**Señalar el ícono precolombino que usted reconoce y que ha sido aplicado en algún producto artesanal-industrial**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

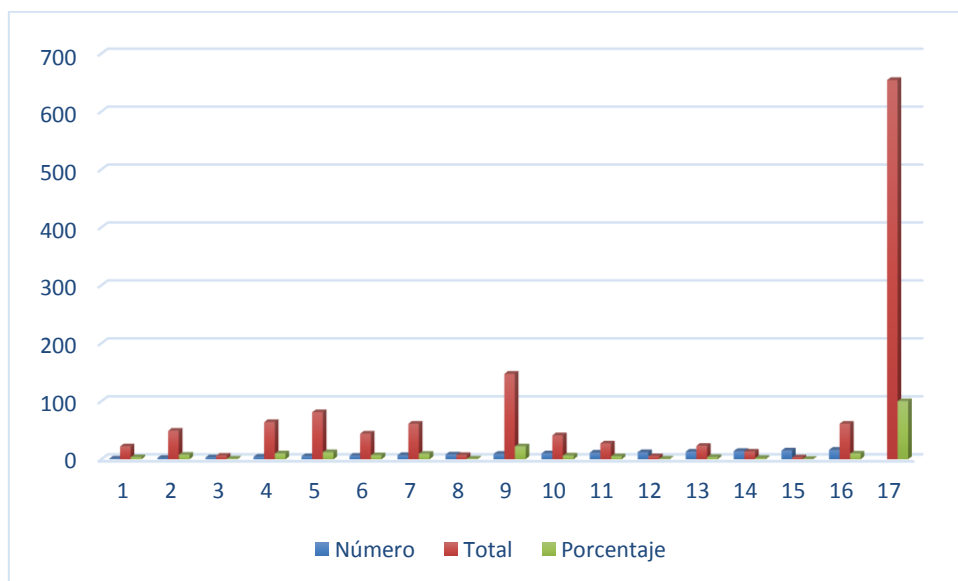
El 39% de los encuestados señaló que el Antropófilo es la forma más reconocida y que la han visto en varias obras de arte.

El 26.25% de los encuestados no marcaron ninguna respuesta lo que claramente indica que no reconocen las figuras precolombinas.

El 15% de los encuestados reconocen el Mosaico y comentan que lo han visto en manteles que sus padres han comprado en Saraguro.

### Gráfico No.5

Seleccione en ¿qué línea artesanal/materia prima, usted ha visto la aplicación de los íconos precolombinos?



Número	Actividad
1	Aluminio, vidrio y conexos
2	Bisutería (mullos)
3	Mecánicos metales
4	Artes gráficas y conexos
5	Textiles, confecciones y conexos
6	Manualidades y conexos
7	Tejidos de lana natural
8	Chaquira
9	Cerámica
10	Bordados

11	Carpintería
12	Ebanistería
13	Sombrerería
14	Otras
15	No contesta

**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

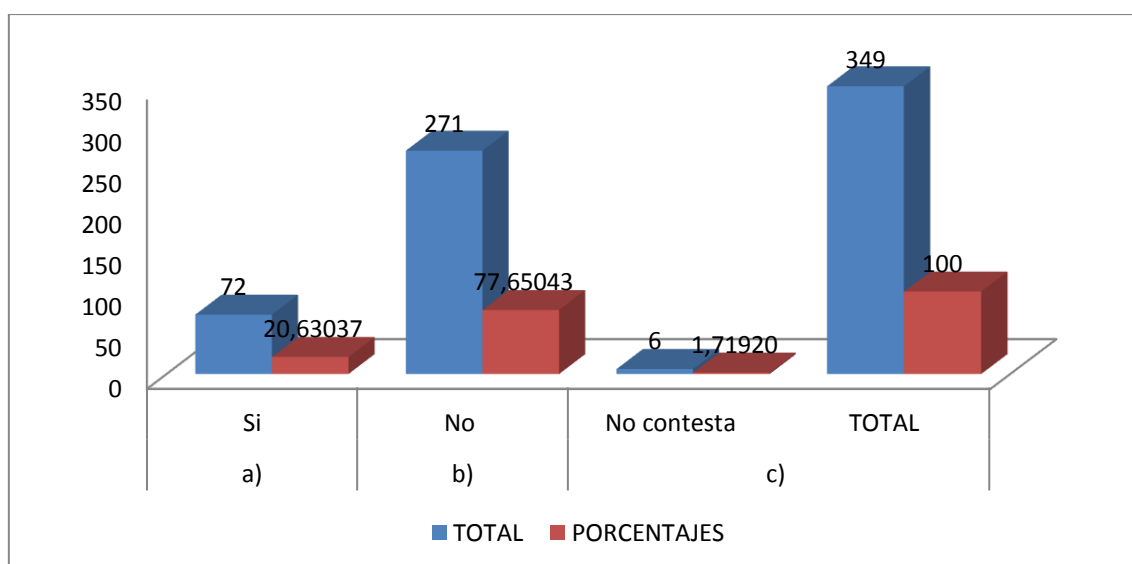
El 22% de los encuestados han visto la aplicación de los iconos precolombinos en la cerámica, esta es la línea artesanal más conocida por los estudiantes.

El 12% de los encuestados han visto la aplicación de los iconos precolombinos en Textiles, confecciones y conexos.

El 9.7% de los encuestados han visto la aplicación de los iconos precolombinos en artes gráficas y conexos.

### Gráfico No.6

**¿Tiene usted una prenda de vestir con íconos precolombinos?**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

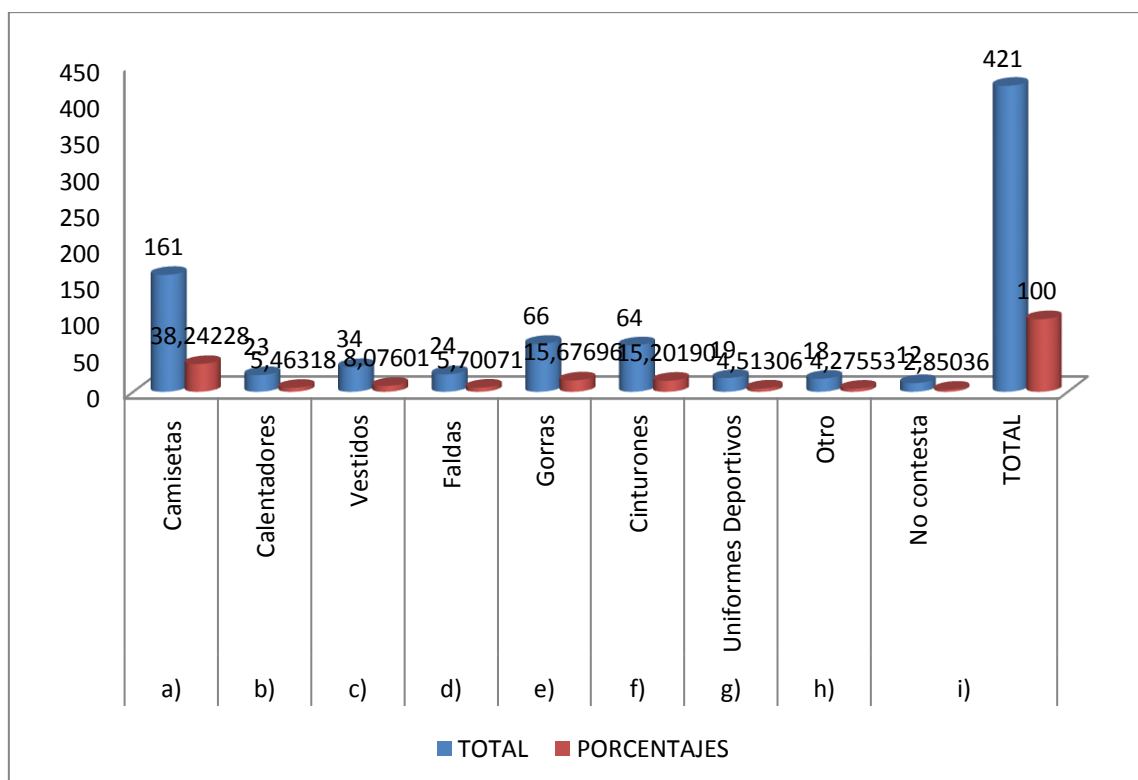
El 77.65% de los encuestados no tienen prendas de vestir con iconos precolombinos, ya que no les gusta o no les llama la atención.

El 20.63% de los encuestados si tienen prendas de vestir con iconos precolombinos, pero comentaron que son regalos que les han dado ya que son prendas baratas.

El 1.72% de los encuestados no contestaron la pregunta.

### Gráfico No.7

#### En que prendas de vestir le gustaría la aplicación de los íconos precolombinos



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

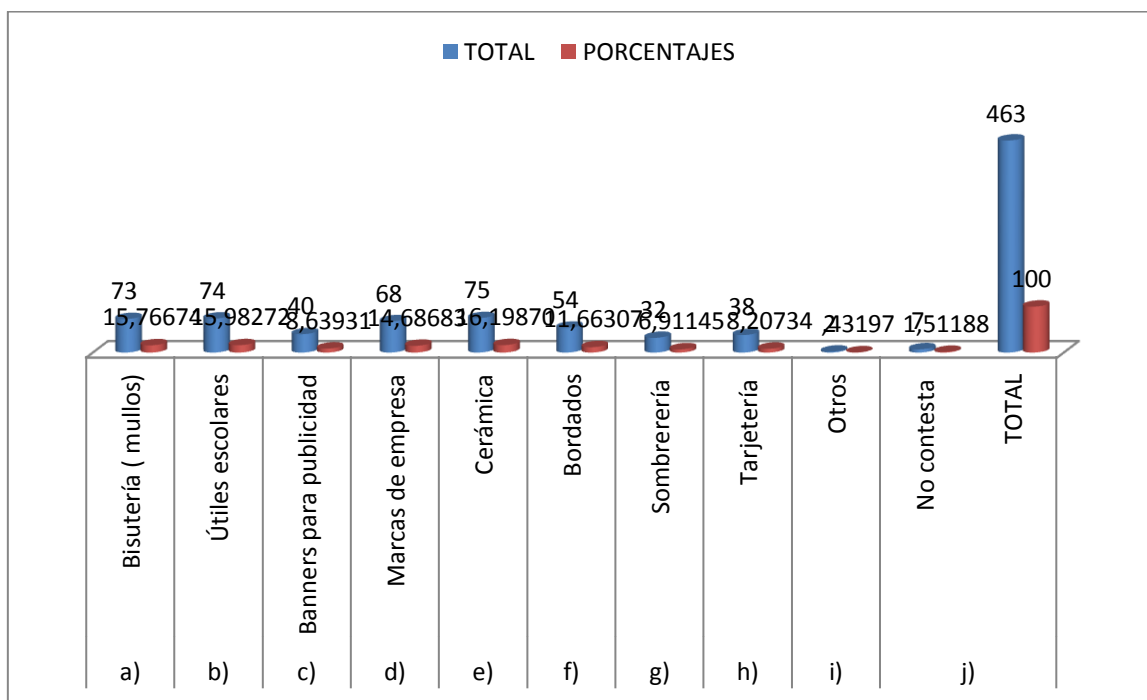
Al 38.24% de los encuestados les gustaría la aplicación de los iconos precolombinos en camisetas, debido a que esta prenda de vestir es la que más utilizan los estudiantes.

Al 15.68% de los encuestados les gustaría la aplicación de los iconos precolombinos en gorras, debido a que esta prenda también es muy utilizada de forma especial por los varones.

Al 15.20% de los encuestados les gustaría la aplicación de los iconos precolombinos en cinturones, está preferencia es más común en las mujeres.

**Gráfico No. 8**

**En qué otros productos le gustaría que se apliquen los iconos precolombinos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

Al 16.20% de los encuestados les gustaría aplicar los iconos precolombinos en cerámica, debido a que varios objetos son fabricados en este material y es conocido por la mayoría de estudiantes.

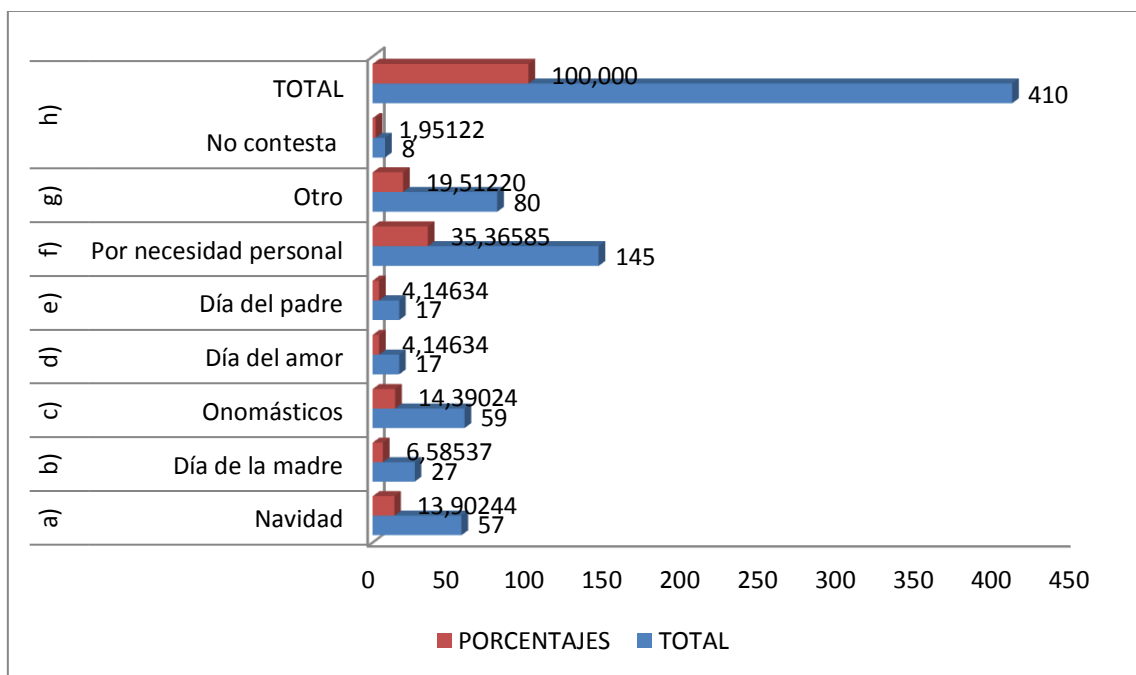
Al 15.98% de los encuestados les gustaría aplicar los iconos precolombinos en útiles escolares, porque así los estudiantes podrían ir familiarizándose con las ilustraciones.

Al 15.77% de los encuestados les gustaría aplicar los iconos precolombinos en bisutería, está preferencia es de forma especial en las mujeres.



**Gráfico No.9**

**Reconozca en que fechas estaría usted dispuesto a adquirir los productos con iconografía precolombina**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 35.37% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir los productos con iconografía precolombina por necesidad personal, ya que existe un gran interés por parte de los estudiantes de conocer sobre el tema.

El 19.51% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir los productos con iconografía precolombina por otros motivos.

El 14.39% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir los productos con iconografía precolombina en onomásticos, debido a que les parece novedoso obsequiar objetos con este tipo de gráficos.

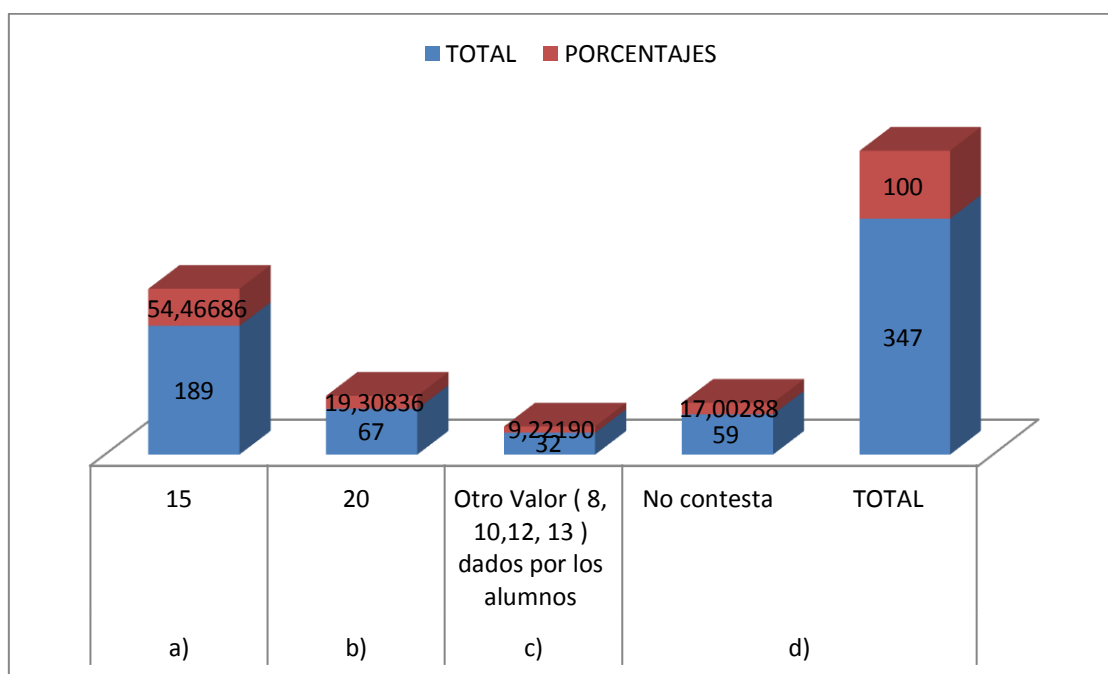
## Gráfico N.10

### PRECIOS

#### Prendas de vestir

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

#### Camiseta de algodón



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 54.47% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$15 dólares americanos por una camiseta de algodón con la aplicación de un icono precolombino, este es un valor que estaría accesible para la mayoría de estudiantes.

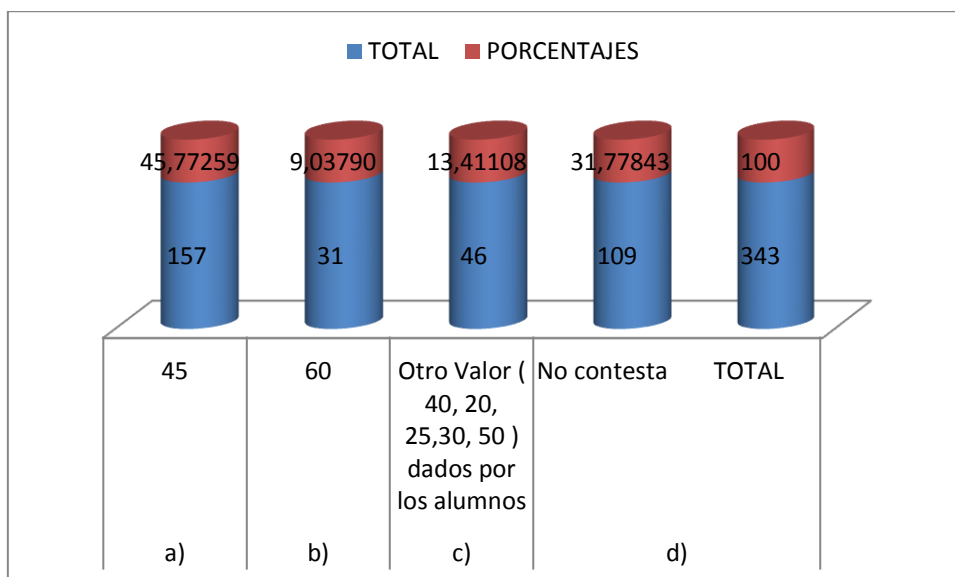
El 19.31% de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$20 dólares americanos por una camiseta de algodón con la aplicación de un icono precolombino, ya que sigue siendo un valor accesible para un estudiante.

El 17.00% de los encuestados no contestaron la pregunta.

### Gráfico N.11

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

#### Calentadores



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 45.77% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$45 dólares americanos por un calentador con la aplicación de un icono precolombino, ya que es un uniforme completo y el precio está de acuerdo a todo lo que contiene.

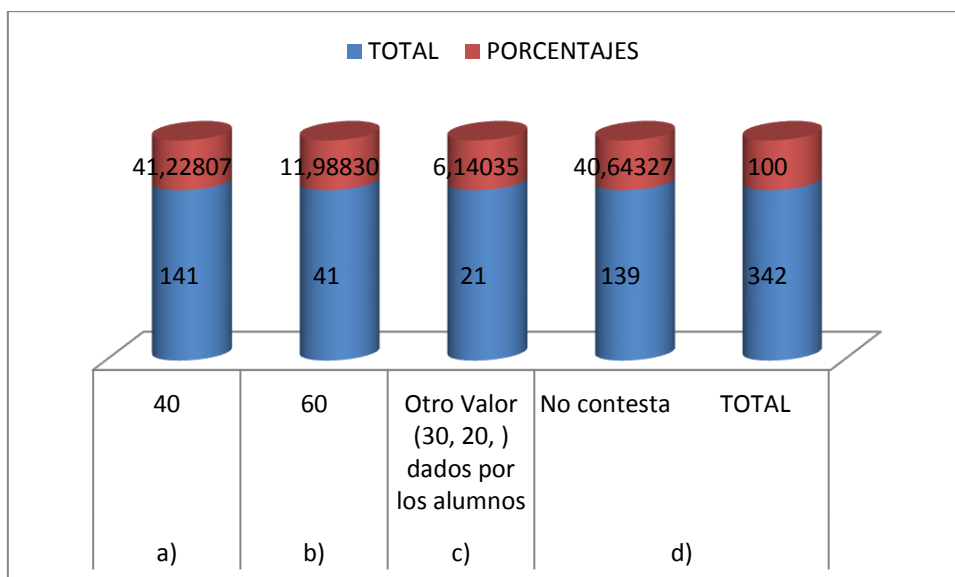
El 31.78% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 13.41% de los encuestados pagarían otro valor por un calentador con la aplicación de un icono precolombino, los estudiantes dieron precios como \$40, \$20, \$25, \$30 y \$50 dólares americanos, sugirieron estos valores debido a que desean un producto de calidad.

## Gráfico N.12

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

### Vestidos



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 41.23% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$40 dólares americanos por un vestido con la aplicación de un icono precolombino, debido a que en el mercado lojano es común encontrar vestidos a este costo.

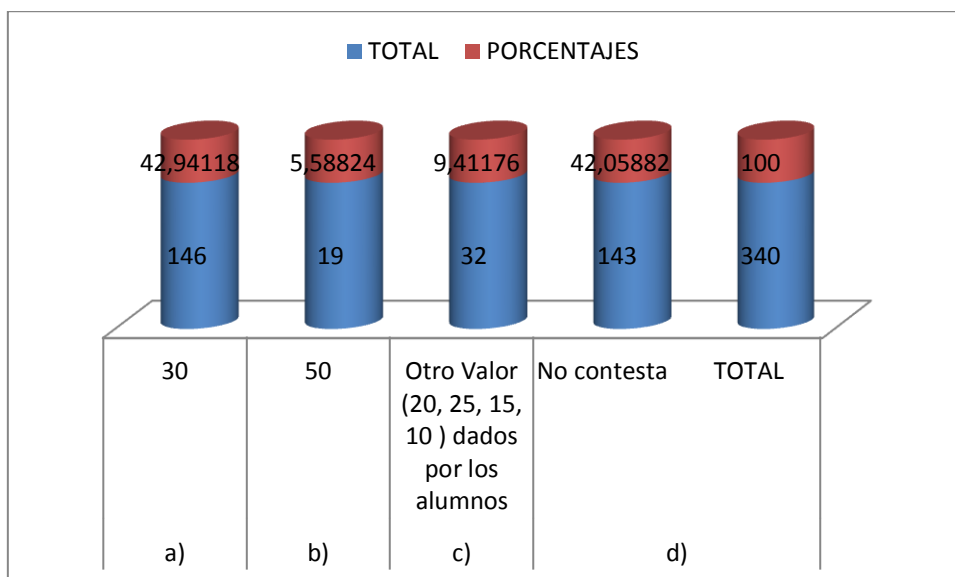
El 40.64% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 11.99% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$60 dólares americanos por un vestido con la aplicación de un icono precolombino, debido a que la prenda de vestir tendría un valor agregado y es llevar un icono precolombino.

**Gráfico N.13**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Faldas**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 42.94% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$30 dólares americanos por una falda con la aplicación de un icono precolombino, debido a que este valor es accesible para la mayoría de estudiantes.

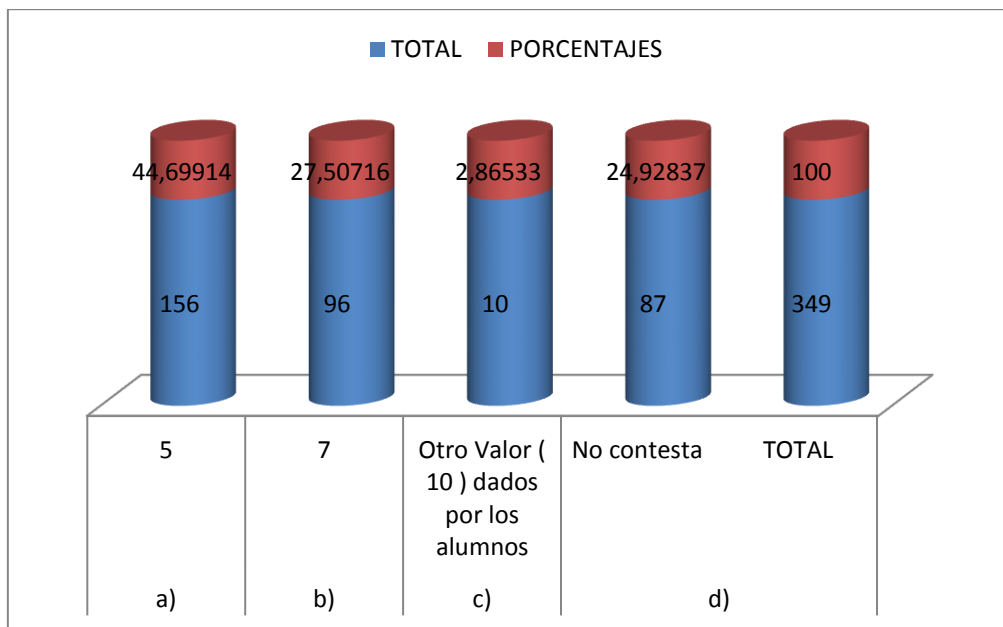
El 42.06% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 9.41% de los encuestados estarían dispuestos otro valor por una falda con la aplicación de los iconos precolombinos, entre las sugerencias están precios entre los \$10, \$15, \$20 y \$25 dólares americanos, debido a que estos valores son comunes en el mercado lojano, con respecto a esta prenda de vestir.

**Gráfico N.14**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Gorras**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 44.70% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$5 dólares americanos por una gorra con la aplicación de un icono precolombino, debido a que sería una prenda fabricada de forma artesanal y su precio no debe ser elevado.

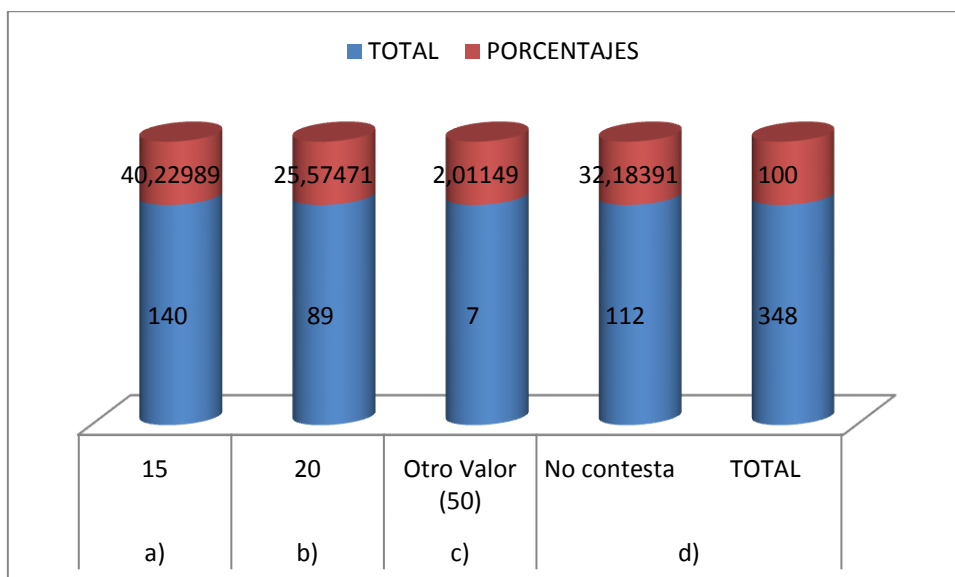
El 27.51% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$7 dólares americanos por una gorra con la aplicación de un icono precolombino, debido a que este sigue siendo un precio accesible para los estudiantes.

El 24.93% de los encuestados no contestaron la pregunta.

**Gráfico N.15**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Uniformes Deportivos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 40.23% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$15 dólares americanos por un uniforme deportivo con la aplicación de un icono precolombino, debido a que estas prendas de vestir son utilizadas con frecuencia por los estudiantes.

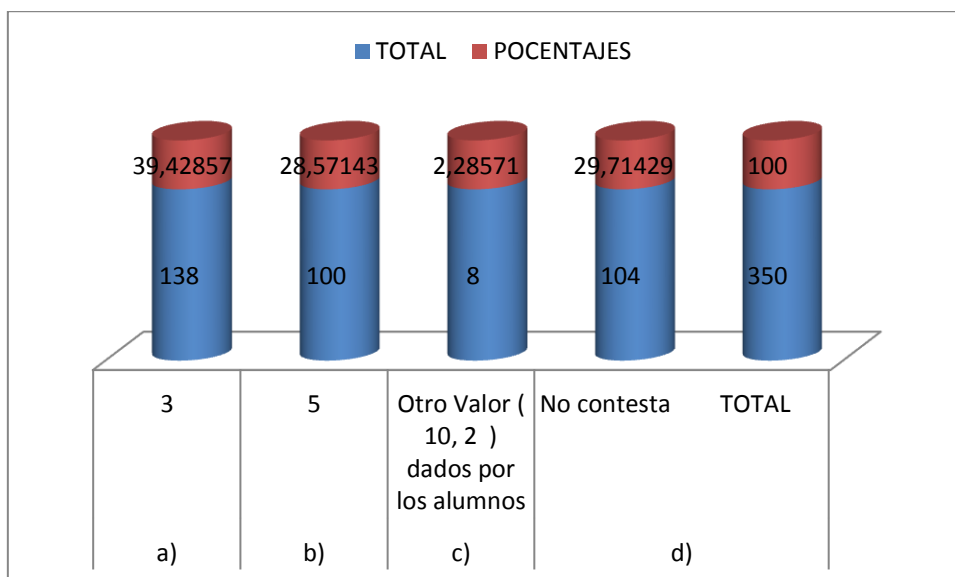
El 32.18% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 24.93% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$20 dólares americanos por un uniforme deportivo con la aplicación de un icono precolombino, debido a que el uniforme contiene varias prendas y justifica este costo.

**Gráfico N.16**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Cinturones**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 39.43% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$3 dólares americanos por un cinturón con la aplicación de un icono precolombino, debido a que es una prenda pequeña y su valor no debe ser muy alto.

El 29.71% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 28.57% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$5 dólares americanos por un cinturón con la aplicación de un icono precolombino, debido a que este precio es común en el mercado lojano.

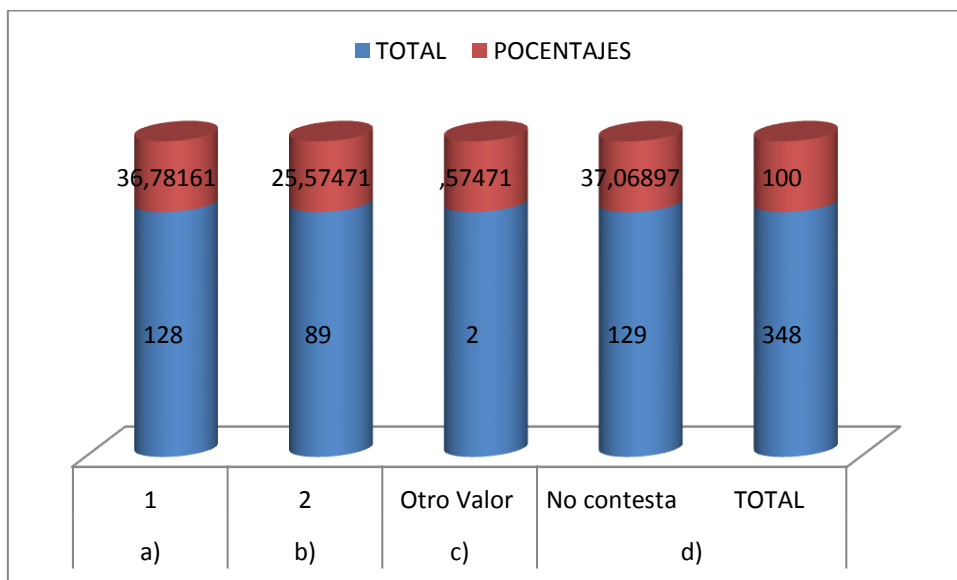


## Gráfico N.17

### Bisutería

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

### Aretes



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 37.07% de los encuestados no contestaron la pregunta.

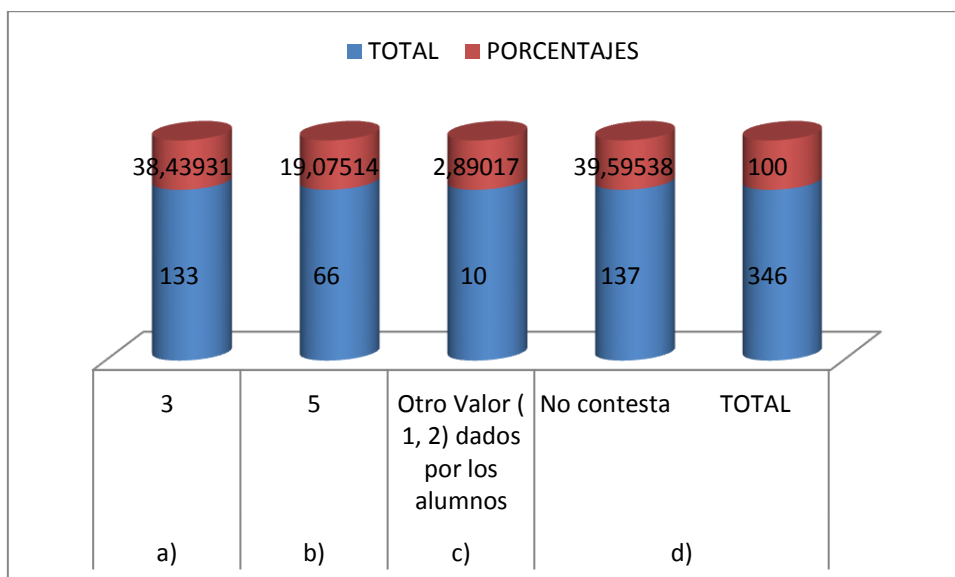
El 36.78% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por un par de aretes con la aplicación de un icono precolombino, debido a que es común encontrar a este precio este tipo de bisutería.

El 25.57% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un par de aretes con la aplicación de un icono precolombino, ya que es un valor accesible para los estudiantes.

**Gráfico N.18**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Collar**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 39.60% de los encuestados no contestaron la pregunta.

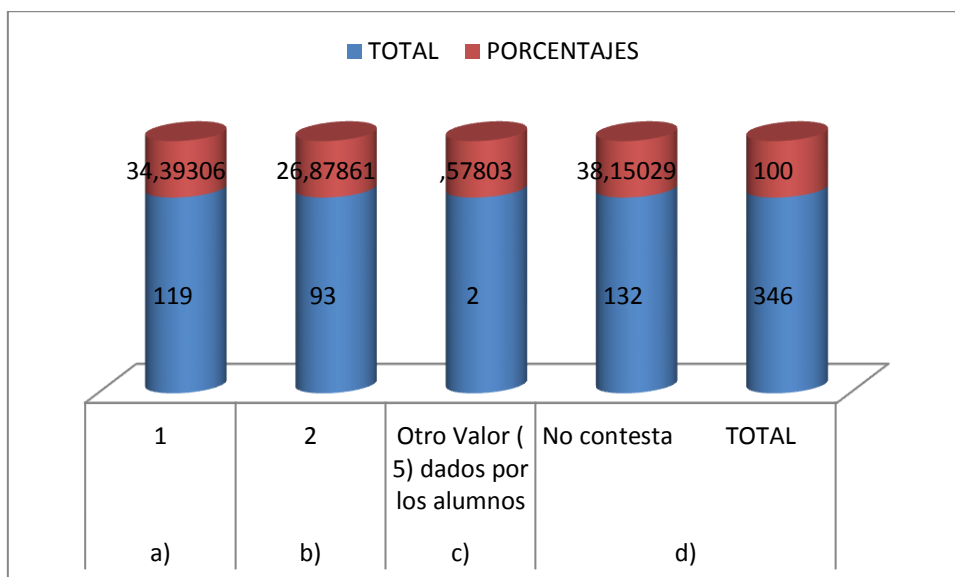
El 38.44% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$3 dólares americanos por un collar con la aplicación de un icono precolombino, debido a que es un valor accesible para la gran mayoría de estudiantes.

El 19.08% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$5 dólares americanos por un collar con la aplicación de un icono precolombino, en vista que sería un objeto fabricado de forma artesanal.

### Gráfico N.19

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

#### Manilla



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 38.15% de los encuestados no contestaron la pregunta.

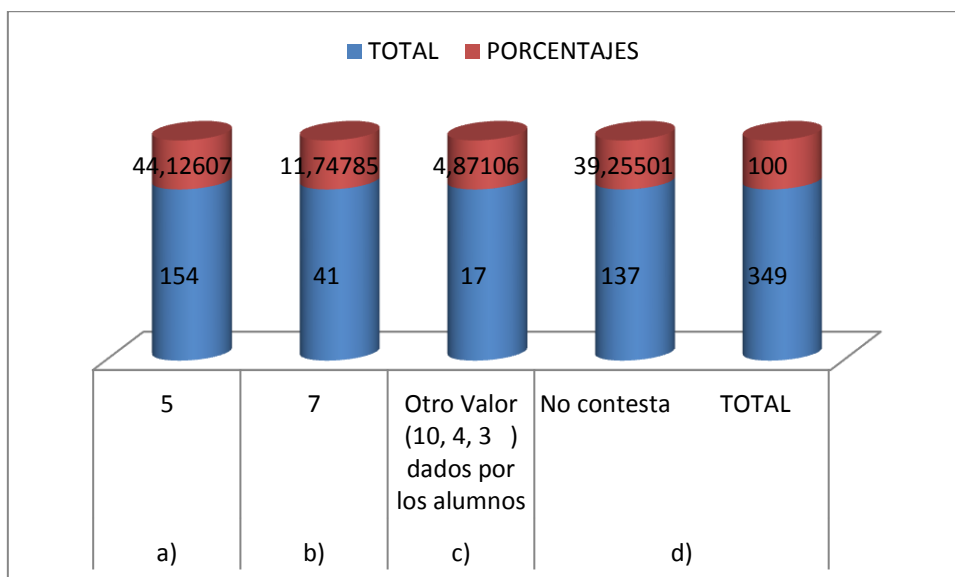
El 34.39% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por una manilla con la aplicación de un icono precolombino, ya que los materiales a utilizar en este tipo de bisutería no son muchos y sus costos son bajos.

El 26.88% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por una manilla con la aplicación de un icono precolombino, en vista que es común encontrar una manilla a este valor en los comercios lojanos.

## Gráfico N.20

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

### Cinturón



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 44.13% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$5 dólares americanos por un cinturón con la aplicación de un icono precolombino, ya que es una prenda de fácil elaboración. Por lo tanto los estudiantes señalan que su precio no debe ser demasiado elevado.

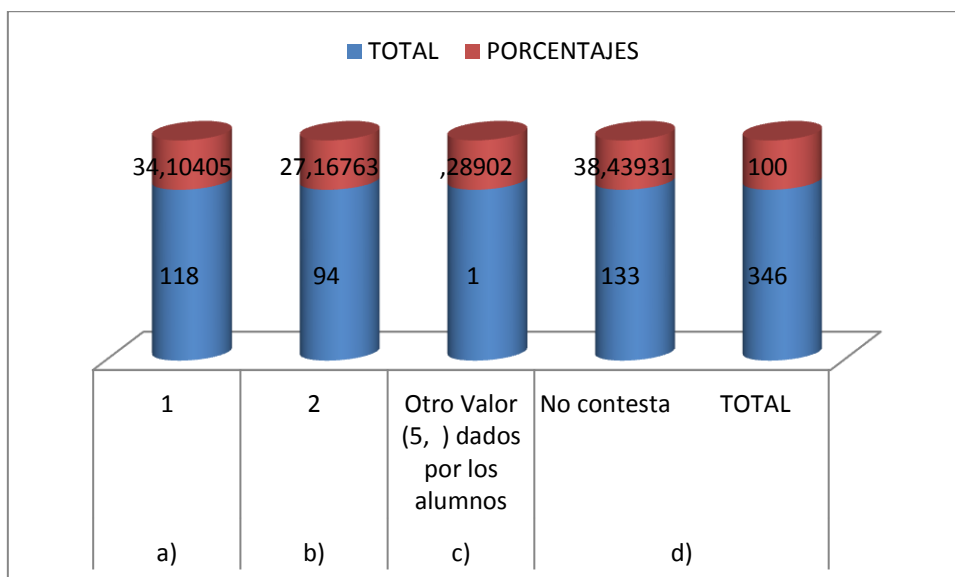
El 39.26% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 11.75% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$7 dólares americanos por un cinturón con la aplicación de un icono precolombino, debido a que es un precio accesible para los estudiantes.

**Gráfico N.21**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Anillos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 38.44% de los encuestados no contestaron la pregunta.

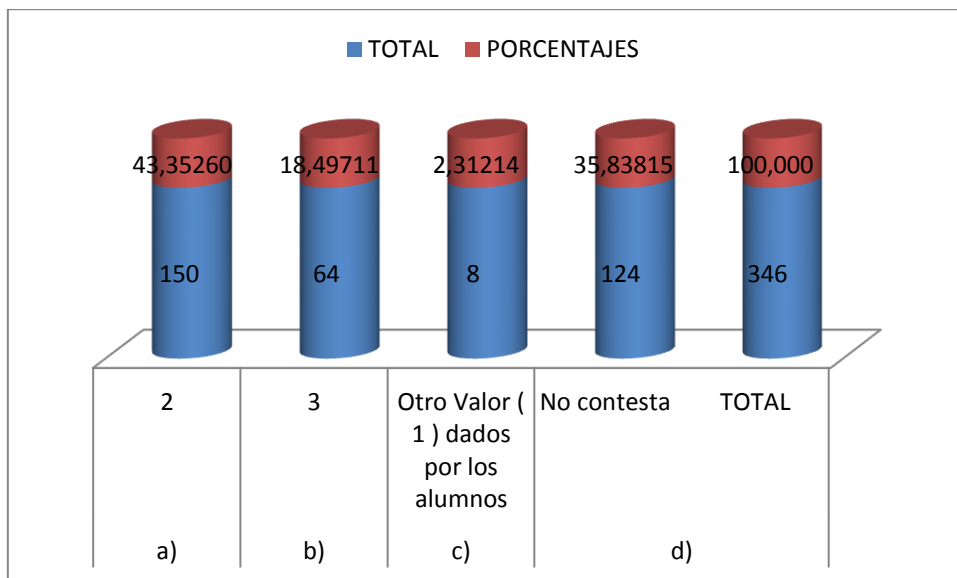
El 34.10% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por un anillo con la aplicación de un icono precolombino, ya que la prenda es pequeña y su valor debe ser de acuerdo al tamaño y dificultad de elaboración.

El 27.17% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un anillo con la aplicación de un icono precolombino, debido a que son costos justificables pagar de acuerdo al tamaño del objeto.

## Gráfico N.22

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

### Monederos



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 43.35% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un monedero con la aplicación de un icono precolombino, ya que no es muy común la utilización de esta prenda en los estudiantes, por tanto no estarían dispuestos a pagar montos muy elevados por el objeto.

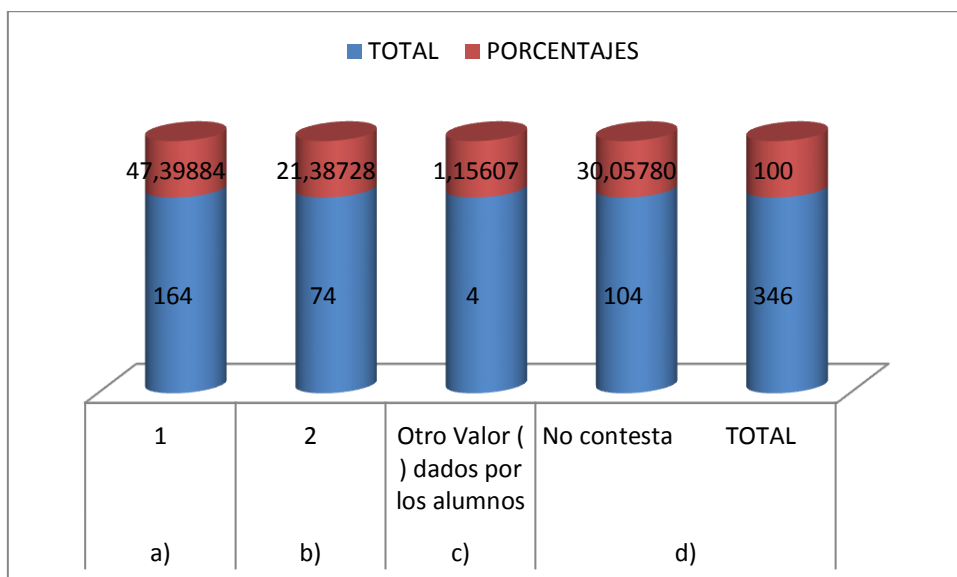
El 35.84% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 18.50% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$3 dólares americanos por un monedero con la aplicación de un icono precolombino, debido a que este es un precio accesible para todos los estudiantes.

**Gráfico N.23**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Llaveros**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 47.40% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por un llavero con la aplicación de un icono precolombino, en vista que en la mayoría de comercios que se dedican a la venta de estos objetos, se los comercializa a este costo.

El 30.06% de los encuestados no contestaron la pregunta.

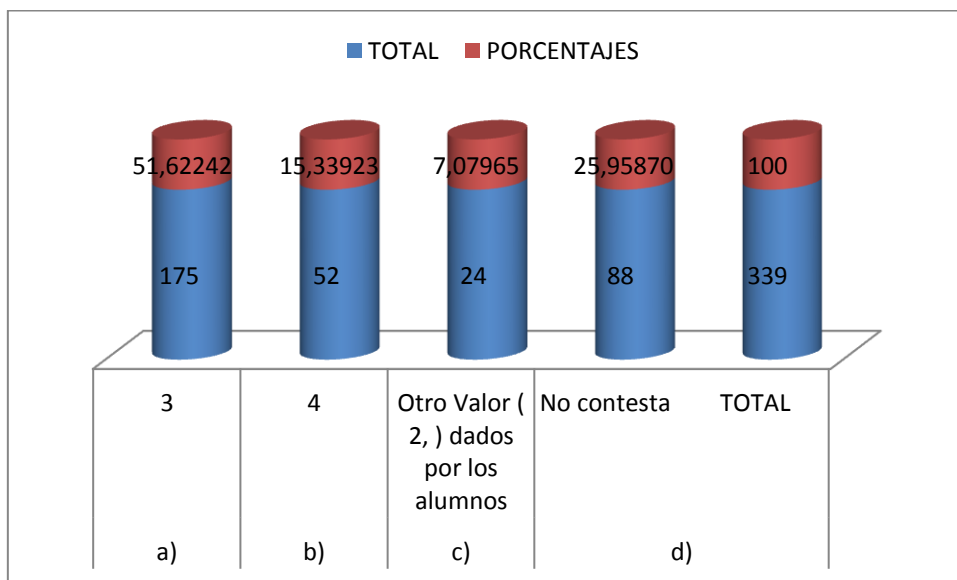
El 21.39% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un llavero con la aplicación de un icono precolombino., debido a que llevarían un icono precolombino y esto le da un valor agregado al objeto.

## Gráfico N.24

### Útiles escolares

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

### Cuadernos



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 51.62% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$3 dólares americanos por un cuaderno con la aplicación de un icono precolombino, ya que les parece interesante a los estudiantes poder tener sus útiles escolares con este tipo de gráficos.

El 25.96% de los encuestados no contestaron la pregunta.

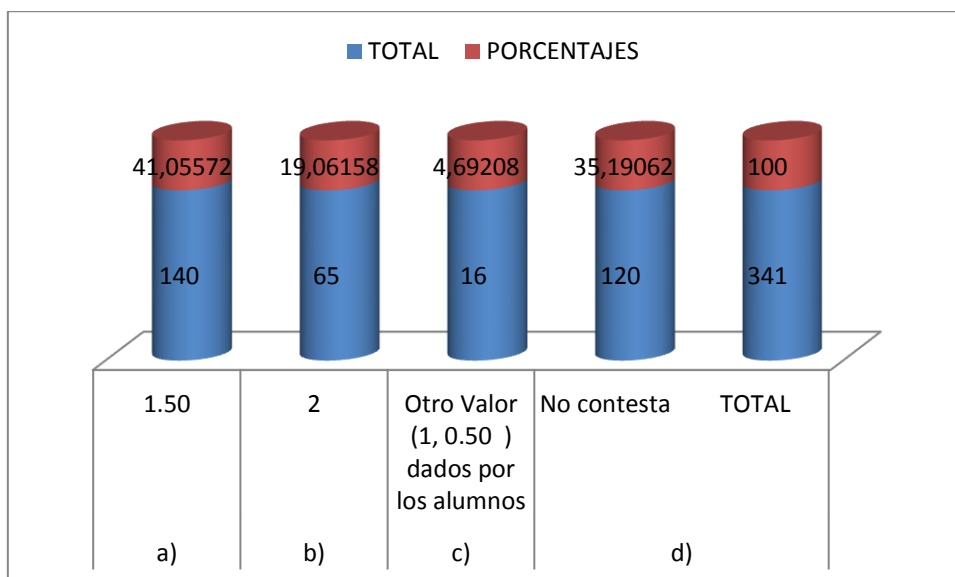
El 15.34% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$4 dólares americanos por un cuaderno con la aplicación de un icono precolombino, en vista que los cuadernos serían estéticamente mejores y además podrían aprender sobre los iconos llevándolos en sus cuadernos de forma diaria.



**Gráfico N.25**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Carpetas**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 41.06% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1.50 dólares americanos por una carpeta con la aplicación de un icono precolombino, en vista que estos precios se manejan en la mayoría de librerías de la ciudad.

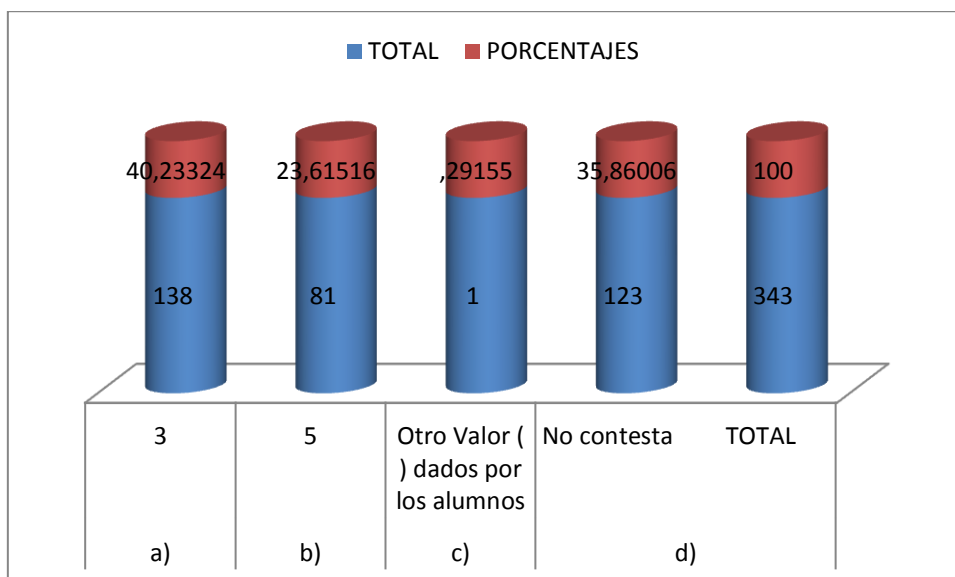
El 35.19% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 19.06% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por una carpeta con la aplicación de un icono precolombino, ya que existe un valor agregado al llevar en ella un icono precolombino.

**Gráfico N.26**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Agendas**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 40.23% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$3 dólares americanos por una agenda con la aplicación de un icono precolombino, debido a que es de gran utilidad para los estudiantes y en la mayoría de comercios se la puede adquirir a este precio.

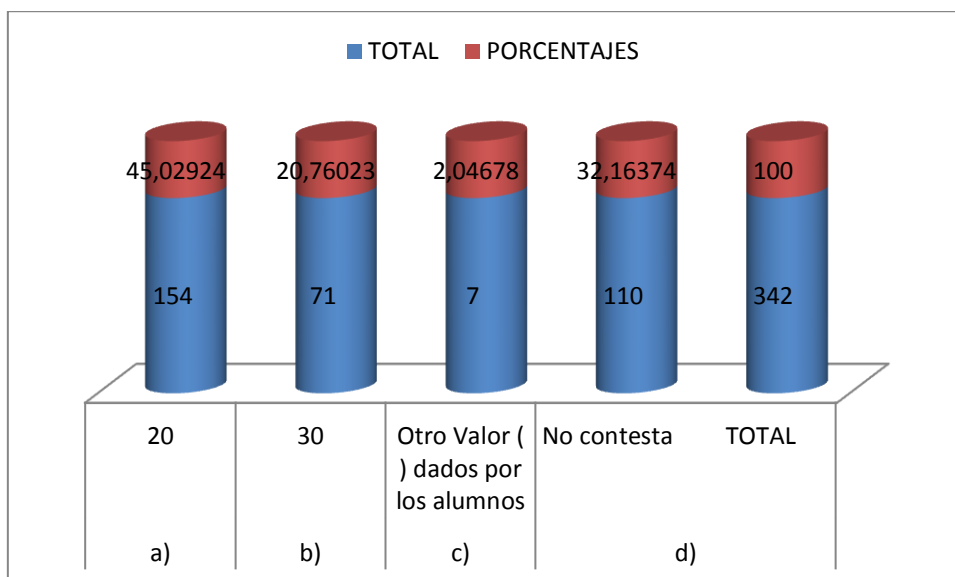
El 35.86% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 23.62% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$5 dólares americanos por una agenda con la aplicación de un icono precolombino, ya que continua siendo un valor accesible y su imagen mejoraría con la ubicación de iconos precolombinos.

**Gráfico N.27**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Mochilas**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 45.03% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$20 dólares americanos por una mochila con la aplicación de un icono precolombino, ya que este es un precio accesible para la mayoría de estudiantes.

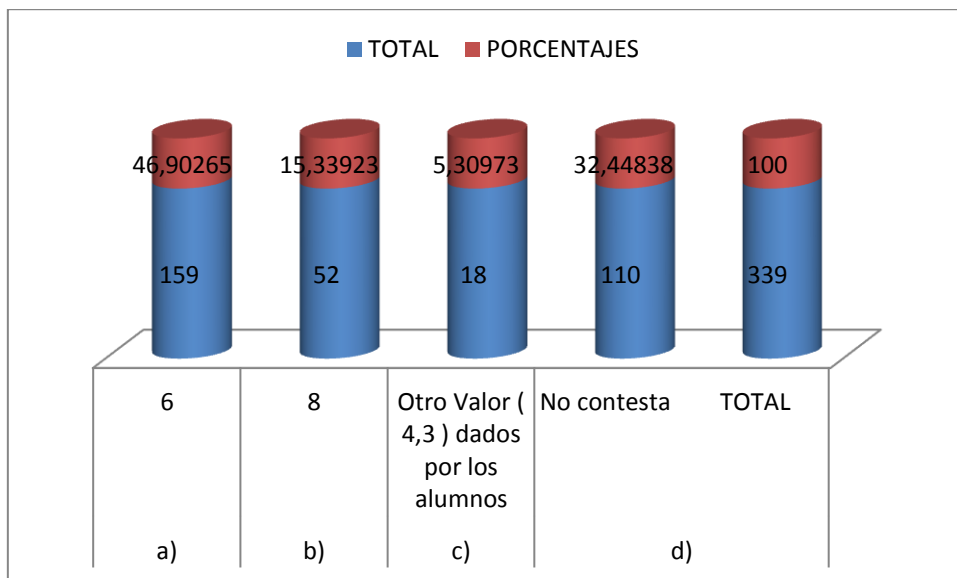
El 32.16% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 20.76% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$30 dólares americanos por una mochila con la aplicación de un icono precolombino, en vista que este objeto es de gran utilidad para los estudiantes y además sería fabricada artesanalmente.

**Gráfico N.28**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Cartucheras**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 46.90% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$6 dólares americanos por una cartuchera con la aplicación de un icono precolombino, debido a que este es un útil escolar de gran utilidad para los estudiantes.

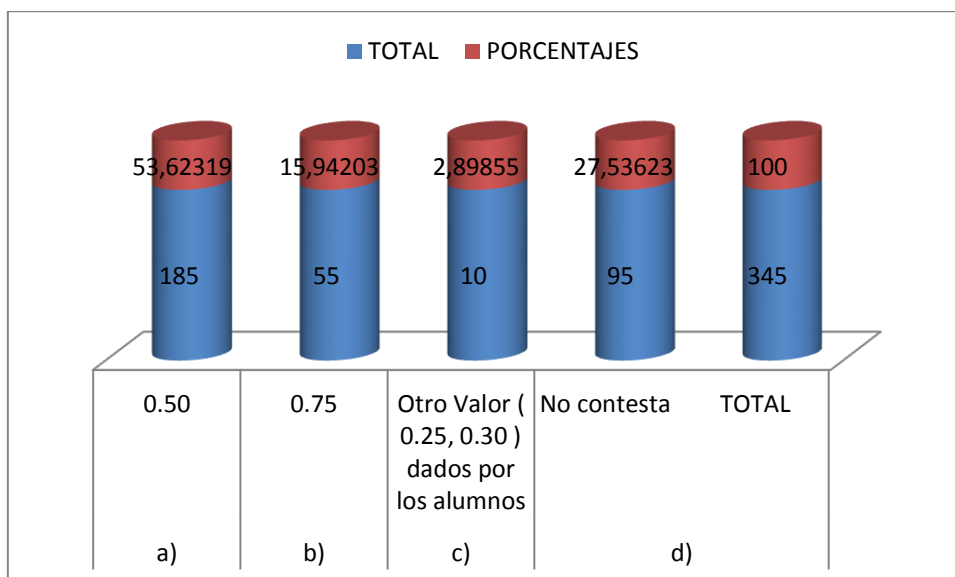
El 32.45% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 15.34% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$8 dólares americanos por una cartuchera con la aplicación de un icono precolombino, en vista que les parece novedoso que la cartuchera sea fabricada de forma artesanal y lleve iconos precolombinos.

## Gráfico N.29

Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino

### Lápices



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 53.62% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$0.50 centavos de dólar por un lápiz con la aplicación de un icono precolombino, debido a que es el precio que se maneja en la mayoría de librerías lojanas.

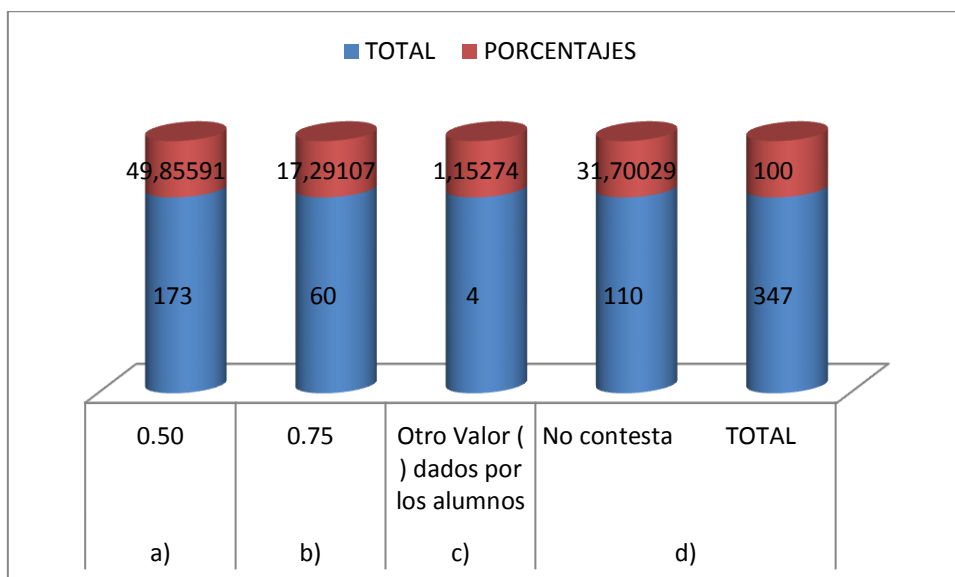
El 27.54% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 15.94% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$0.75 centavos de dólar por un lápiz con la aplicación de un icono precolombino, ya que tendría como valor agregado un gráfico o imagen precolombina y esto genera el interés de los estudiantes.

**Gráfico N.30**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Esferos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 49.86% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$0.50 centavos de dólar por un esfero con la aplicación de un icono precolombino, ya que este es un precio que se maneja en la mayoría de librerías de Loja, y su vida útil es corta.

El 31.70% de los encuestados no contestaron la pregunta.

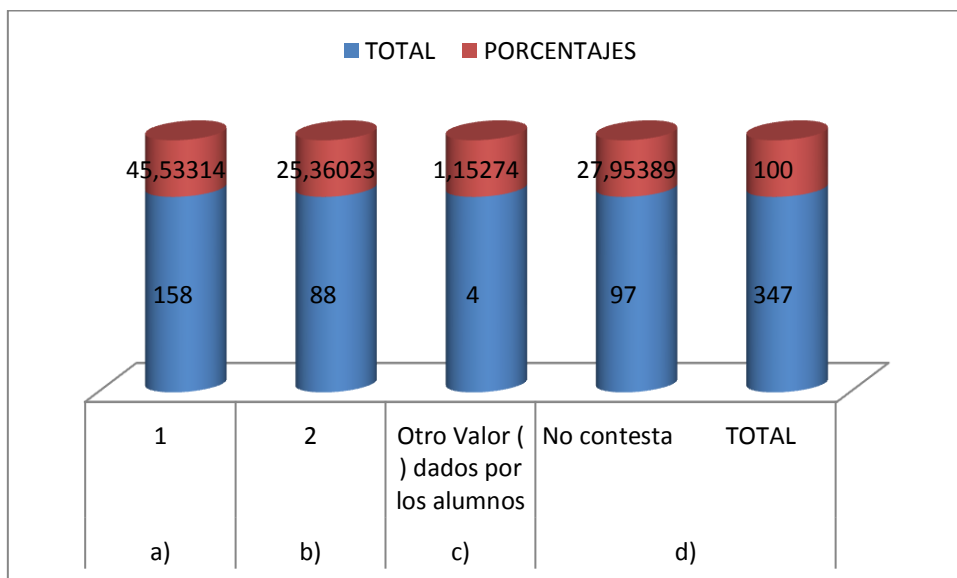
El 17.29% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$0.75 centavos de dólar por un esfero con la aplicación de un icono precolombino, ya que les llama la atención a los estudiantes que sus esferos lleven este tipo de gráficos.

**Gráfico N.31**

**Suvenires – recuerdos**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Llaveros**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 45.53% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por un llavero con la aplicación de un icono precolombino, debido a que este es el precio que se maneja en el mercado local con respecto a este tipo de suvenires.

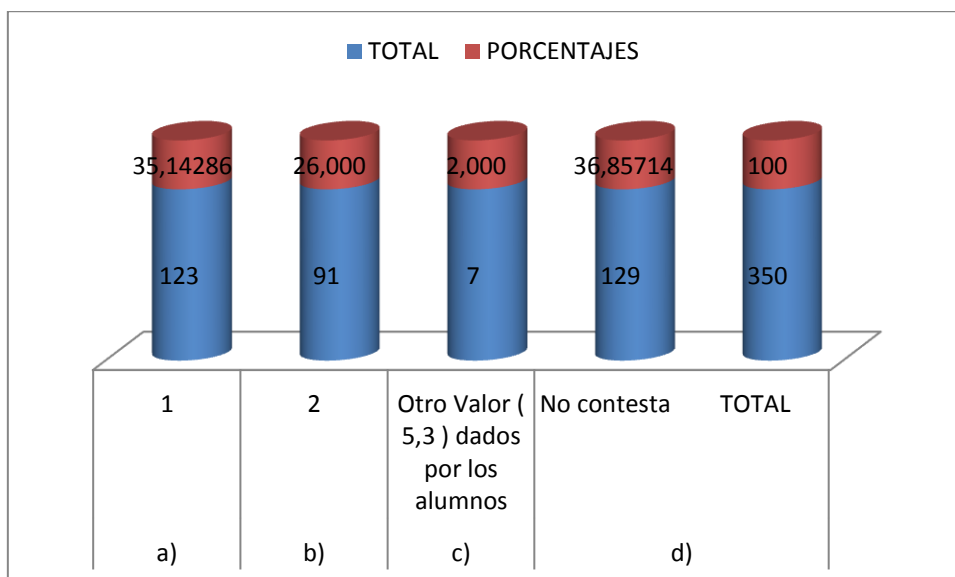
El 27.95% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 25.36% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un llavero con la aplicación de un icono precolombino, ya que continua siendo un precio accesible para los estudiantes.

**Gráfico N.32**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Monederos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 36.86% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 35.14% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por un monedero con la aplicación de un icono precolombino, en vista que este artículo no es muy utilizado por los estudiantes, por lo cual no estarían dispuestos a invertir montos elevados.

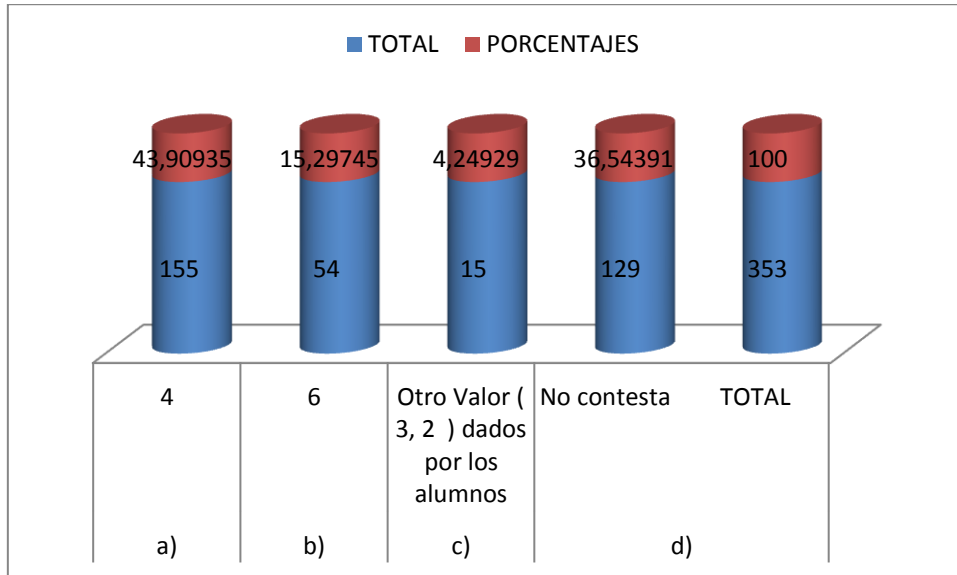
El 26.00% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un monedero con la aplicación de un icono precolombino, ya que continua siendo un valor mínimo y accesible para los estudiantes.



**Gráfico N.33**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Portarretratos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 43.91% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$4 dólares americanos por un portarretrato con la aplicación de un icono precolombino, ya que a este monto es común encontrar este tipo de objetos en el mercado local.

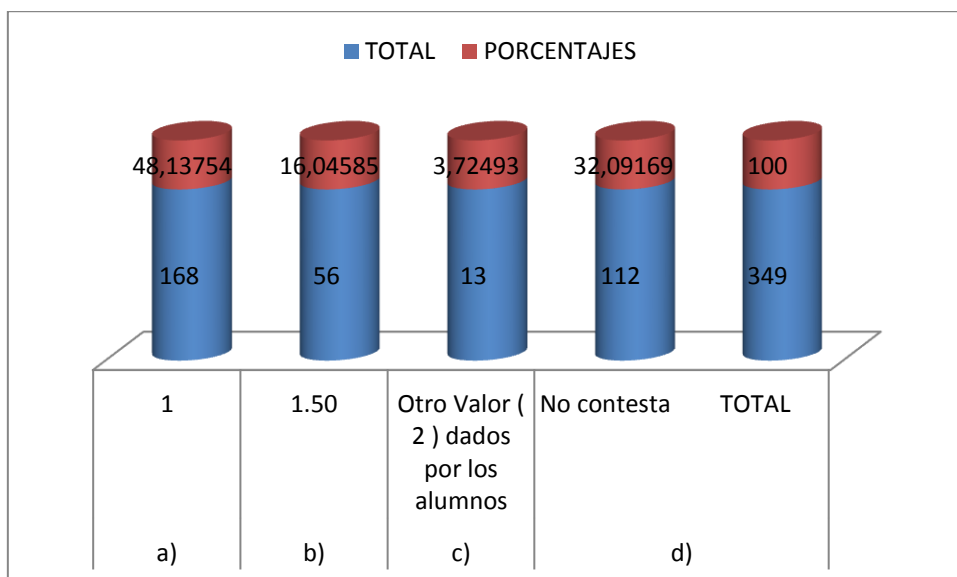
El 36.54% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 15.30% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$6 dólares americanos por un portarretrato con la aplicación de un icono precolombino, debido a que los estudiantes piensan que es un monto accesible y es un objeto muy útil de forma especial para regalar.

**Gráfico N.34**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Vasos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 48.14% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por un vaso con la aplicación de un icono precolombino, ya que es un precio accesible para los estudiantes y en los comercios se puede encontrar a este valor los vasos.

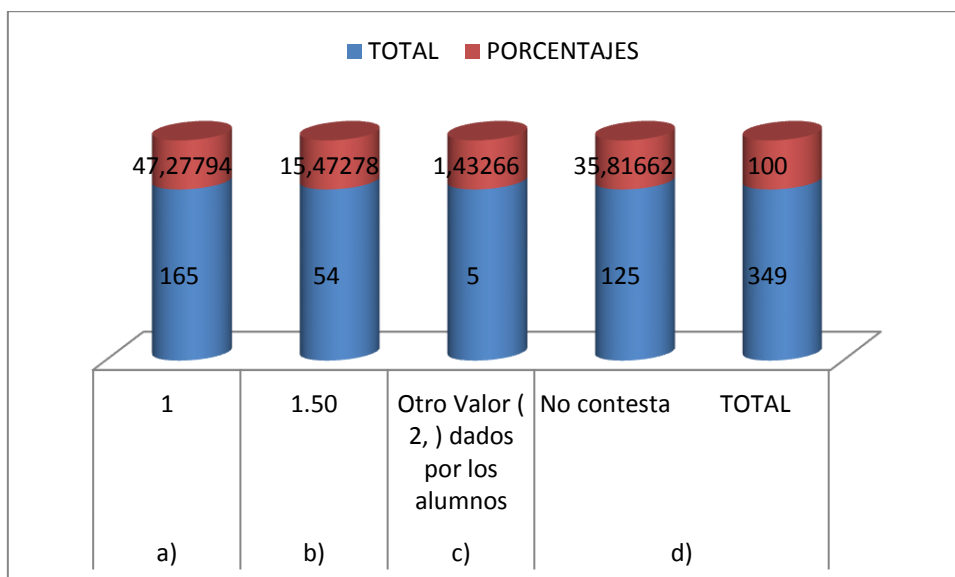
El 32.09% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 16.05% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1.50 dólares americanos por un vaso con la aplicación de un icono precolombino, debido a continua siendo un buen precio para los estudiantes.

**Gráfico N.35**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Portavasos**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 47.28% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americanos por un portavaso con la aplicación de un icono precolombino, ya que es un objeto que es utilizado no por necesidad sino por decoración.

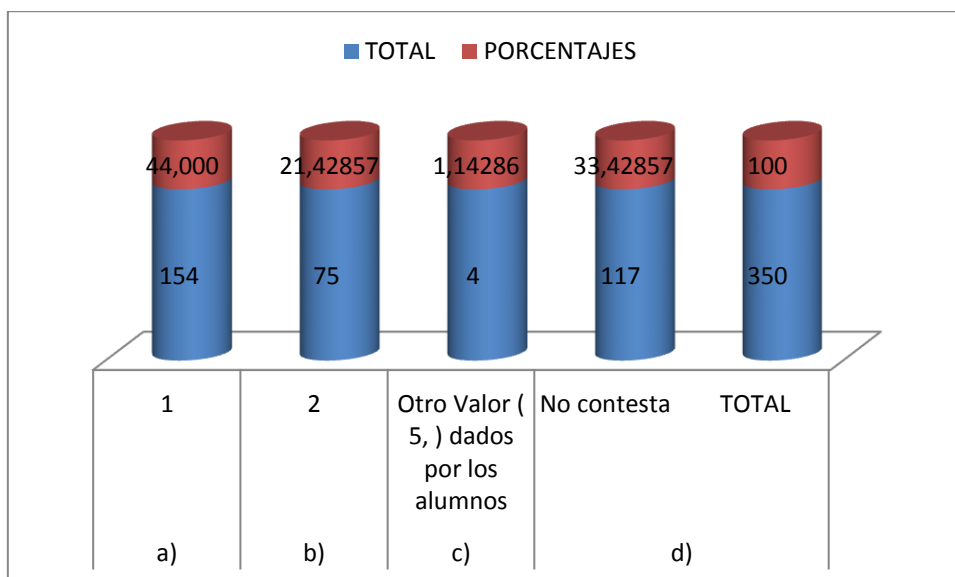
El 35.82% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 15.47% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1.50 dólares americanos por un portavaso con la aplicación de un icono precolombino, debido a que continua siendo un valor bajo y justificable pagar para los estudiantes.

**Gráfico N.36**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Portalápices**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 44.00% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$1 dólar americano por un portalápiz con la aplicación de un icono precolombino, ya que este es un objeto decorativo y no todos los estudiantes estarían dispuestos a comprar por precio elevado.

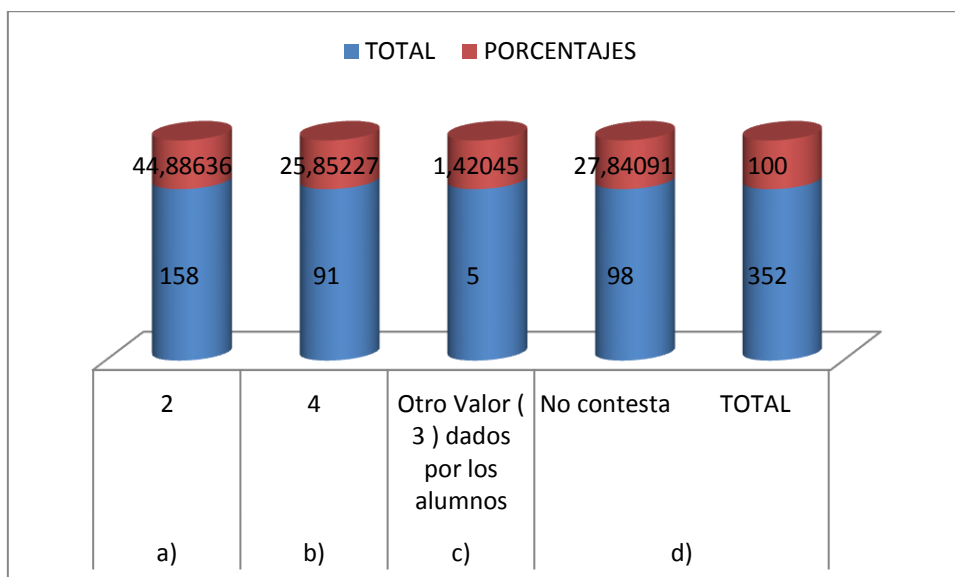
El 33.43% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 21.43% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un portalápiz con la aplicación de un icono precolombino, debido a que continua siendo un costo bajo y justificable invertir en este tipo de objetos.

**Gráfico N.37**

**Identifique el precio que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino**

**Jarros**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 44.89% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$2 dólares americanos por un jarro con la aplicación de un icono precolombino, ya que es un objeto que es bastante utilizado y más aún si tiene como valor agregado impreso este tipo de gráficos.

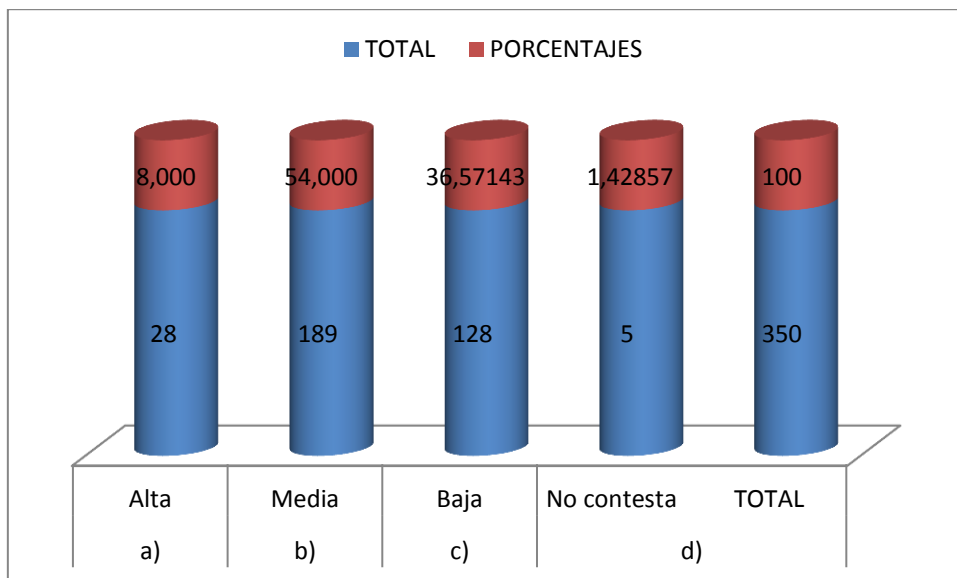
El 27.84% de los encuestados no contestaron la pregunta.

El 25.85% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$4 dólares americanos por un jarro con la aplicación de un icono precolombino, ya que continua siendo un buen precio para los estudiantes a invertir en este tipo de objetos.

### Gráfico N.38

#### PRECIOS

#### Inclinación por la adquisición de la compra de los productos con iconografía precolombina



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

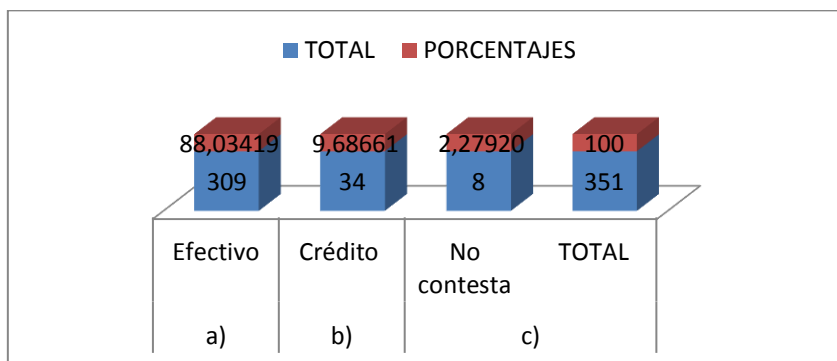
El 54.00% de los encuestados tienen una inclinación mediana por la adquisición de productos con iconografía precolombina, esto se debe a que no tienen mucho conocimiento sobre el tema, únicamente han escuchado hablaron han visto los gráficos pocas veces.

El 36.57% de los encuestados tienen inclinación baja por la adquisición de productos con iconografía precolombina, debido a que aún existe poco interés sobre la iconografía precolombina.

El 8.00% de los encuestados tienen inclinación alta por la adquisición de productos con iconografía precolombina, debido a que estas personas son las más informadas acerca de este tema.

**Gráfico N.39**

**En el momento de adquirir un producto lo pagarías**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

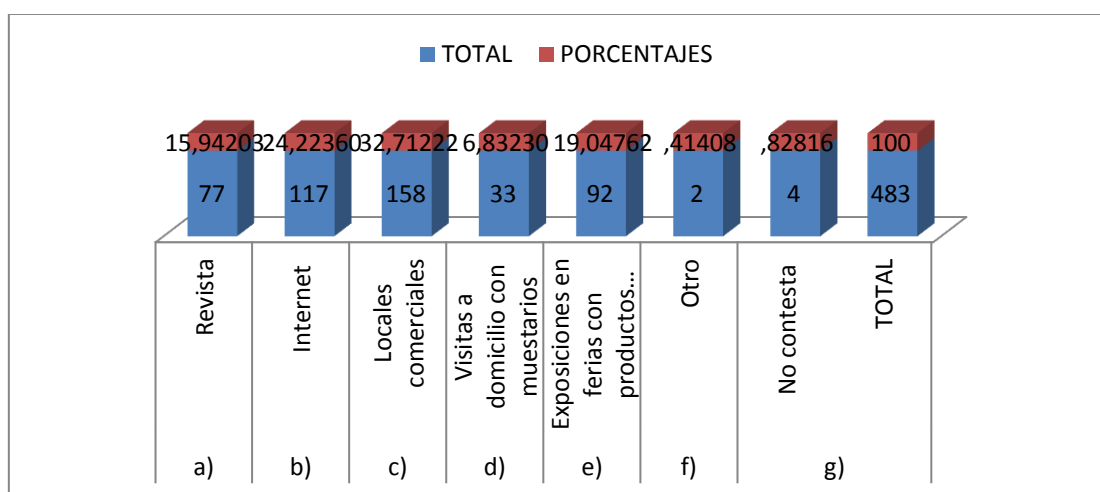
El 88.03% de los encuestados pagarían en efectivo un producto con iconografía precolombina, debido a que el costo de estos objetos no es muy alto.

El 9.69% de los encuestados pagarían a crédito un producto con iconografía precolombina, debido a que es una facilidad de pago y no todos cuentan con el dinero al momento de comprar.

El 2.28% de los encuestados no contestaron la pregunta.

**Gráfico N.40**

**Como te gustaría elegir los productos con la aplicación de la iconografía precolombina**



**FUENTE:** Encuesta dirigida a los estudiantes del área administrativa de la Universidad Técnica Particular de Loja (2013)

**ELABORACIÓN:** El Autor

El 32.71% de los encuestados elegirían los productos con iconografía precolombina a través de locales comerciales, ya que podrían observar y elegir directamente los productos.

El 24.22% de los encuestados elegirían los productos con iconografía precolombina a través del internet, debido a la facilidad que actualmente existe de poder ver los productos desde sus casas.

El 19.05% de los encuestados elegirían los productos con iconografía precolombina a través de exposiciones en ferias, debido a que en estos eventos se exhiben productos exclusivos y los artistas pueden dar a conocer el significado de los gráficos a los interesados.



**CAPITULO V**  
**PLAN DE NEGOCIO**

## **5.1 Justificación del plan de negocio**

Realizada la investigación de mercado cualitativa y cuantitativa se confirma la aceptación del mercado juvenil hacia los productos elaborados con iconografía precolombina, al mismo tiempo se puede observar que los artesanos están muy contentos por ser tomados en cuenta y les gusta la idea de aprender el arte de la iconografía para plasmar en sus diseños. Teniendo un mercado juvenil como mercado objetivo claramente identificado en el segmento de clase media, y media alta entre las edades de 18 - 25 años pero el segmento con mayor poder adquisitivo es también la meta, sólo se conseguirá satisfaciendo necesidades con productos exclusivos y novedosos. Sin embargo, el mercado de gente adulta no se descarta para el proyecto ya que si lo compra para regalar o tener de adornos.

La posibilidad de tener una artesanía personalizada también llama mucho la atención al mercado objetivo, por lo que la propuesta podrá satisfacer esta necesidad sin dudarlo.

## **5.2 Estudio preliminar de nuevos emprendimientos**

De acuerdo a lo investigado se pudo comprobar que los iconos precolombinos pueden ser utilizados en varios ámbitos, sin embargo, de acuerdo al estudio realizado en Loja y la provincia, se determinó que existe mayor demanda de este arte plasmado en artesanías y bisutería, es por ello que a continuación se presentan dos propuestas para el mejoramiento y la comercialización de dichos productos.

### **PROPUESTA N. 1**

#### **- Iconos precolombinos en artesanías**

##### **1. Problema**

En la actualidad los problemas, quejas y los intereses de los pueblos indígenas suelen ser muy semejantes, especialmente en lo relacionado con mantener su identidad y patrimonio cultural, es en éste momento en donde es conveniente cuestionarse sobre que pasara si dentro de algunos años, perdemos nuestra cultura, tradiciones y costumbres, porque ya son pocas las comunidades que conservan su vestimenta e idioma. No es suficiente con reconocer la importancia de la cultura y el lenguaje de la población indígena, sino que ese reconocimiento debe ir acompañado por un mejoramiento de las condiciones de vida de ese sector de la población, tomando en cuenta estos antecedentes, es así que en el Ecuador, como en el resto de América

Latina, la identidad nacional es un proyecto que no cuaja hasta el presente, el hecho colonial, no es suficiente para explicar la crisis de identidad de los ecuatorianos. Por otro lado los pueblos indígenas han emprendido una lucha por afirmar su presencia, reivindicar sus derechos y demandar una reinterpretación de la historia nacional y de sus historias particulares. Es así como se ha detectado un problema social, que aqueja en nuestra país, provincia y sobretodo ciudad, el cual lo hemos denominado “Pérdida del conocimiento cultural en el uso de iconos precolombinos, en la ciudad de Loja”. Además es claro que aunque en la mayoría de casos, los indígenas se esmeran en conservar sus raíces, pero la sociedad que se encuentra alrededor no logra ayudar eficientemente, por lo que tomando en cuenta la realidad de la provincia, se observa claramente que uno de los problemas para que no se aprecie la cultura propia, es la falta de información y falta de capacitación de los artesanos que emprenden en la elaboración de objetos y prendas de vestir, los cuales al no encontrar una manera adecuada de comercializar sus productos, deciden dejar de lado sus raíces y cultura; y así poder dedicarse a otra actividad que les conlleve retribución económica. Es así que con el presente proyecto social – productivo, se pretende el Rescate del conocimiento cultural mediante la aplicación de íconos precolombinos en artesanías, y localización de canales de comercialización más eficientes.

## **2. Nombre del proyecto**

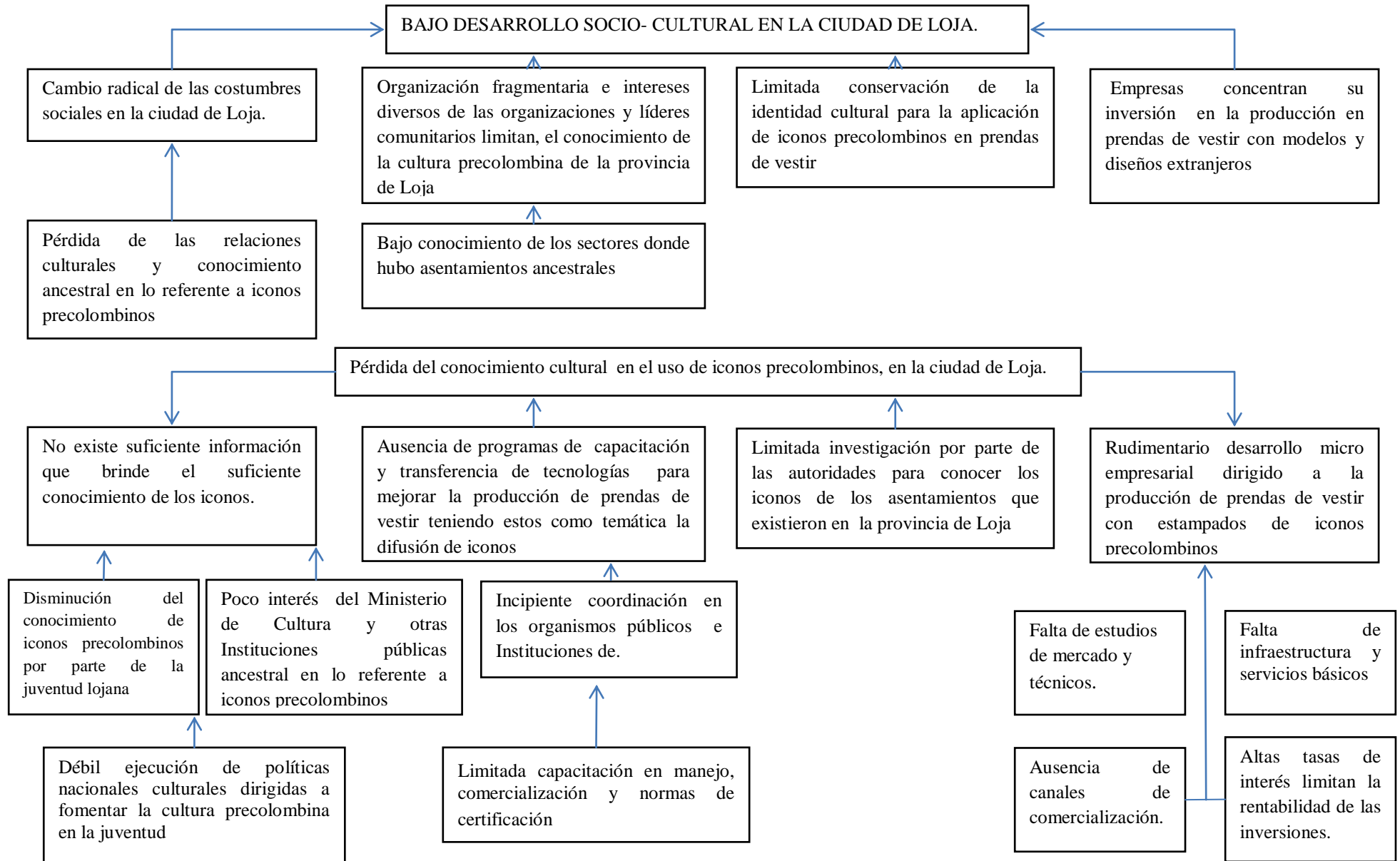
### **Nombre Académico:**

Rescate del conocimiento cultural mediante la aplicación de íconos precolombinos en artesanías, y localización de canales de comercialización más eficientes.

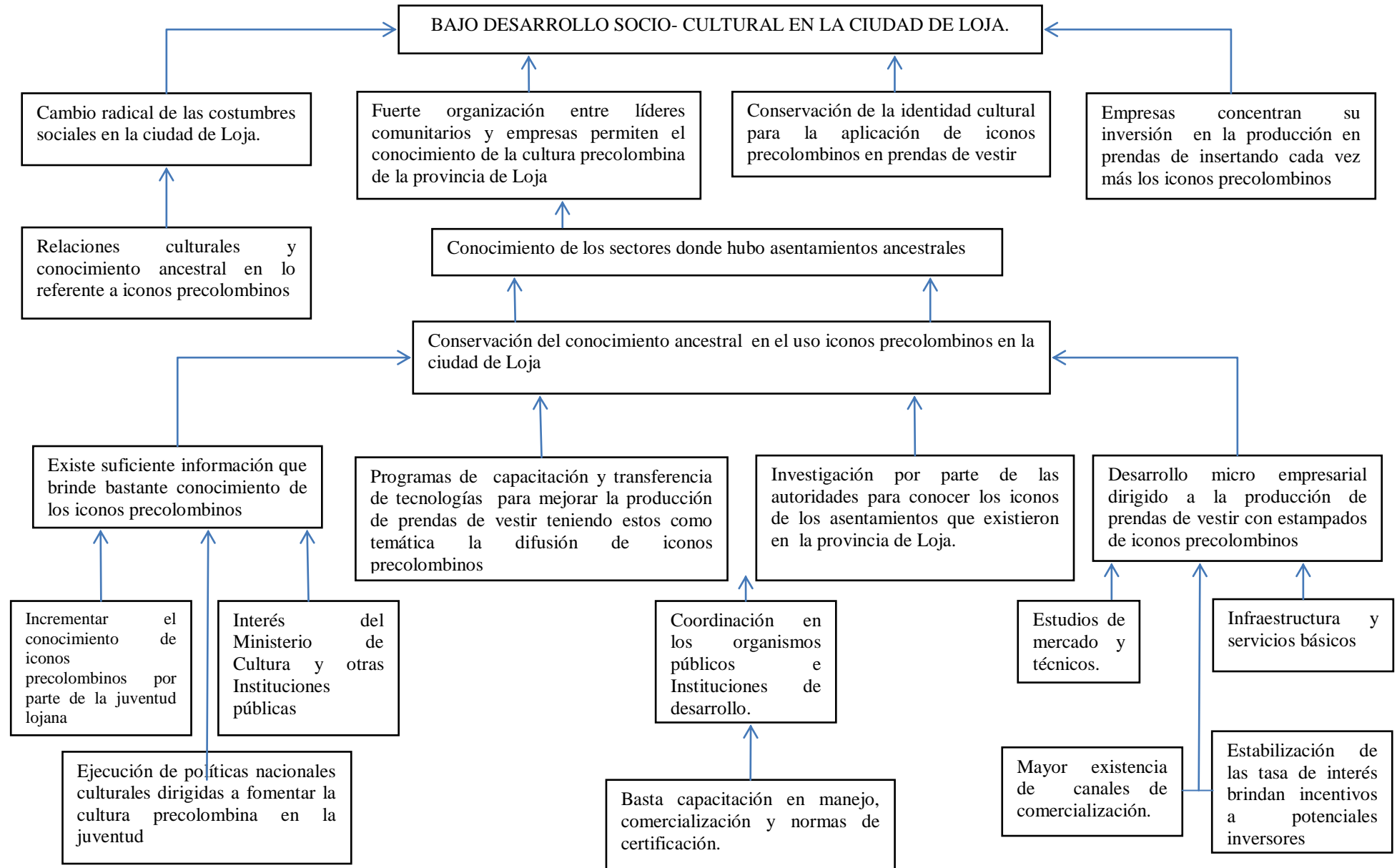
### **Nombre Comercial o Marketing:**

“INCOLOJA”

### 3. Árbol de problemas



#### 4. Árbol de objetivos



## 5. Matriz de Marco Lógico

Descripción	Indicadores	Formas de verificación	Supuestos
<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Contribuir al desarrollo empresarial de la ciudad de Loja, con el fin de recuperar su identidad cultural y en búsqueda de nuevos emprendimientos y efectivos canales de comercialización.</p>	<p>Al tercer año, se ha ordenado la creación de empresas en base a necesidades fundamentadas.</p>	<p>Empresas creadas.</p> <p>Actas de creación.</p> <p>Estatutos.</p>	<p>La cámara de comercio de Loja participa activamente en el proceso.</p>
<p><b>Objetivo específico</b></p> <p>Asesorar para la implementación de iconos precolombinos en las líneas de producción.</p> <p>Invertir adecuadamente los recursos económicos en la perspectiva de negocios sustentables.</p>	<p>Cada año se asesora a 10 empresas.</p> <p>El 50% de los empresarios que han recibido asesoramiento invierten adecuadamente su dinero.</p>	<p>Contratos de asesoramiento.</p> <p>Roles de pago.</p> <p>Secuencias fotográficas.</p> <p>Documentos de planes de inversión.</p> <p>Estados financieros.</p>	<p>Todos los emprendedores de la ciudad de Loja, están interesados en participar de esta iniciativa.</p> <p>Las instituciones financieras muestran interés en brindar facilidades de créditos.</p>
<p><b>Productos Intermedios (Entregables)</b></p> <p>Empresas</p>	<p>5 empresas demuestran sostenibilidad al</p>	<p>Estados financieros, clientes</p>	<p>Los inversores se muestran con disposición a</p>

establecidas sostenibles.  Profesionales capacitados para brindar asesoramiento eficaz y eficiente a posibles inversores dispuestos a crear micro empresas utilizando iconografía precolombina.  Empresas con objetivos claros y ejecutables.  Empresas que satisfacen las necesidades de los habitantes en la ciudad de Loja.	finalizar el tercer año.  Asesores debidamente entrenados están disponibles para prestar apoyo a las nuevas empresas.  10 empresas establecidas cuentan con objetivos claros para sus actividades.  El 100% de las empresas son establecidas basadas en estudios de mercado.	satisfechos.  Contratos de asesoramiento, certificados de capacitación, secuencias fotográficas, constitución de empresas, nombres de las empresas.  Estudios de mercado, nombres de las empresas.  Estados financieros, nombres de bancos que dan créditos.	invertir.  Existen suficientes profesionales para brindar asesoramiento en la formulación de planes de negocio.  Los habitantes de la ciudad de Loja colaboran con información para iniciar una empresa.
<b>Descripción</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Formas de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
Conocimiento de los aspectos legales para implementar una empresa.	El 100% de los empresarios conocen las normativas para establecer empresas y las aplican.	Encuestas de conocimiento, reglamentos legales.	Las leyes del Ecuador permiten la creación de nuevas empresas eficientes y actualmente beneficiando a la producción nacional.
<b>Actividades e Insumos</b>  Constitución legal de	Costo de la constitución de la	Estatutos de la compañía.	El SRI facilita creación e

<p>una micro empresa dedicada a la recuperación y búsqueda de canales de comercialización de productos con iconos precolombinos.</p>	<p>empresa: \$4000,00</p> <p>\$1000</p>	<p>Registros contables y financieros.</p>	<p>inscripción del RUC de las empresas.</p>
<p>Inscripción del RUC en SRI.</p>	<p>\$5000</p>	<p>Contratos de asesoramiento.</p>	<p>Líderes comunitarios y dueños de microempresas capacitados para llevar a cabo su emprendimiento.</p>
<p>Diagnóstico de la situación actual de la situación empresarial de Loja.</p>	<p>\$5000</p> <p>\$10000</p>	<p>Estados financieros.</p> <p>Diagnósticos de la situación actual de los negocios de Loja.</p>	<p>Es posible coordinar con las autoridades del GAD- LOJA, BNF- líderes comunitarios, para que participen dentro de la inclusión de las nuevas empresas.</p>
<p>Estudio de posibles empresas o negocios con posibilidades de éxito.</p>		<p>Informes de estudios de mercado.</p>	
<p>Estudios de mercado de cada una de las empresas.</p>		<p>Informes de asesoramiento.</p>	
		<p>Facturas.</p>	<p>El MIPRO participa activamente en el financiamiento para las nuevas empresas.</p>
		<p>Cronogramas.</p>	
		<p>Presupuestos.</p>	<p>La SENPLADES aprueba proyectos innovadores en la ciudad de Loja.</p>



Descripción	Indicadores	Formas de verificación	Supuestos
<p>Constitución de rutas de comercialización y creación de empresas que como objetivo tienen rescatar la identidad cultural (búsqueda de financiamiento, ubicación, entre otros) siguiendo los aspectos legales.</p> <p>Seguimiento a cada empresa creada.</p> <p>Presentación de resultados a los inversionistas.</p> <p><b>Insumos:</b></p> <p><b>Recursos Financieros</b></p> <p>Los recursos requeridos por las microempresas lojanas serán adquiridos en instituciones como BNF, CFN, BIES, MIPRO.</p>	<p>\$2500</p> <p>\$1000 cada una</p> <p>\$1000</p> <p>\$3000</p> <p>\$10000</p>		

<p><b>Recursos Humanos:</b></p> <p><b>Asesores y motivadores que buscaran nuevos canales de comercialización y fomentaran el rescate de la identidad cultural en Loja</b></p> <p>Andrés Villacís Valarezo</p> <p><b>Recursos Tecnológicos:</b></p> <p>Maquinaria y equipo necesarios para la producción de iconos precolombinos en prendas de vestir.</p>	<p>\$2000</p>		
---	---------------	--	--

## 6. Alternativas de solución y elección de la mejor

### ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

No.	Criterios	% peso	Indicador Valoración	ALT. A	ALT. B	ALT.C
1	Cambio radical de las costumbres sociales en la ciudad de Loja.	13%	Evolución mediante estudios de mercado			x
2	Existencia de suficiente información que brinde bastante conocimiento de los iconos precolombinos	10%	Aceptación y acogimiento sobre iconos colombinos por parte de la sociedad			
3	Ejecución de políticas nacionales culturales dirigidas a fomentar la cultura precolombina en la juventud	8%	Evaluación mediante la aceptación de la juventud			
4	Empresas concentran su inversión en la producción de prendas de vestir insertando cada vez más los iconos precolombinos	10%	Evaluación mediante la tasa crediticia ofrecida por las instituciones financieras		x	

---

5	Desarrollo micro empresarial dirigido a la producción de prendas de vestir con estampados de iconos precolombinos	35%	Análisis de estadísticas de carácter inflacionario, fuentes de financiamiento.	x
6	Programas de capacitación y transferencia de tecnologías para mejorar la producción de prendas de vestir teniendo estos como temática la difusión de iconos precolombinos	24%	Evaluación post capacitación	x

---

ALTERNATIVA:

- **Desarrollo micro empresarial dirigido a la producción de prendas de vestir con estampados de iconos precolombinos.**

Como alternativa se adopta la necesidad de mayor **Desarrollo micro empresarial dirigido a la producción de prendas de vestir con estampados de iconos precolombinos**, para poder llevar a cabo la recuperación de la identidad cultural de la provincia de Loja es muy importante capacitar fuertemente a los nuevos y a los existentes microempresarios con el fin de difundir los iconos precolombinos los más relevantes como serían los de las comunidades de los Saraguros, los Paltas, así mismo mediante apoyo tanto de instituciones públicas como privadas se puede incrementar las rutas de comercialización, logrando que este tipo de emprendimiento tenga una buena aceptación tanto local como nacional y con mayor esfuerzo se puede lograr posicionamientos en mercados internacionales.

Información referente a la necesidad de asesoramiento y capacitación de micro empresarios

- Información del sector comercial de la ciudad de Loja.
- Análisis de estadísticas de carácter inflacionario.
- Accesibilidad a las fuentes de financiamiento.
- Consolidación de rutas de comercialización

Mediante la aplicación de estos indicadores se podrá aprobar la factibilidad del proyecto caso contrario se deberá restaurar el enfoque para la restauración y conservación de la identidad cultural.

Con la implementación de este tipo de proyectos sociales se pretende conservar la identidad cultural que es muy representativa en la provincia de Loja con esto también se pretende incentivar a la juventud y a toda la ciudadanía a consumir los productos nacionales y sobre todo con distintivos de nuestra sociedad, para lograr este tipo de proyectos se pretende vincular a los GAD, Banco Nacional de Fomento, Líderes Comunitarios y micro empresarios de la provincia.

## 7. Matriz de Involucrados

### MATRIZ DE INVOLUCRADOS

<b>Grupos de involucrados</b>	<b>Intereses</b>	<b>Problemas Percibidos</b>	<b>Recursos y Mandatos</b>	<b>Intereses sobre el proyecto</b>	<b>Cooperación y conflictos</b>
Artesanos de la ciudad de Loja	<p>Contar con canales de comercialización eficientes con la finalidad de incrementar el número de ventas de sus productos con iconografía precolombina.</p> <p>Tener mayor demanda de sus productos.</p>	<p>Gran cantidad de mercancía acumulada en lugares de producción debido a la dificultad para la comercialización.</p>	<p>Recursos humanos: artesanos</p> <p>Recursos económicos-financieros: financiamiento propio, créditos.</p> <p>Cámara de comercio de Loja.</p> <p>Municipio de Loja.</p> <p>Ministerio de Cultura</p>	<p>Reconocimiento cultural de las artesanías.</p> <p>Establecimiento de los mejores canales de distribución para sus productos.</p>	<p>Acuerdos entre los grupos involucrados.</p> <p>Reducido conocimiento e investigación.</p> <p>Poca información.</p>
Inversores	<p>Tener información adecuada sobre la implementación de un</p>	<p>Falta de investigación sobre las artesanías y su comercialización</p>	<p>Ley del buen Vivir.</p> <p>MIPRO</p>	<p>Rescate cultural de este tipo de producción.</p>	<p>Cooperación de los Ministerios directamente a este</p>

	negocio en la ciudad de Loja.		SENPLADES  Ley de compañías.  Instituciones financieras	Crear canales de comercialización eficientes que permiten generar grandes ganancias.	sector.
Asesores	Guiar a los artesanos de la ciudad de Loja, en lo correspondiente a estudios de mercado con el fin de localizar los canales de comercialización más eficientes para sus productos, puesto que no cuentan con información y formación suficiente para encontrar alternativas para la comercialización.	Disminución del conocimiento de iconos precolombinos por parte de la juventud lojana. Limitada capacitación en manejo, comercialización y normas de certificación	Recursos humanos: asesores, inversionistas, funcionamiento de las instituciones.  Recursos económicos-financieros: Financiamiento propio o cofinanciamiento.  Recursos materiales: propios y adquiridos en el proceso de la implementación de la empresa.	Organizar a los artesanos y su respectiva producción con el fin de brindar capacitación y de esta manera establecer los mejores canales de comercialización.	Negociación con artesanos.  Limitada investigación, falta de coordinación en la ejecución de proyectos.

			Recursos tecnológicos: internet, computadoras, impresora, GPS.		
Diseñadores UTPL	Proporcionar mayor cantidad de información respecto a la iconografía precolombina	Baja colaboración con artesanos	Recursos humanos: Diseñadores  Recursos Materiales	Brindar sus conocimientos a los artesanos con el fin de incrementar la variedad de sus productos.	Amplias expectativas sobre el proyecto.  Rescatar la actividad artesanal y de diseño precolombino.
Instituciones Públicas: MIPRO SENPLADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar la calidad en la producción nacional.</li> <li>- Incrementar la producción y consumo de las mercancías artesanales.</li> <li>- Desarrollo productivo de la ciudad de Loja, por medio</li> </ul>	<p>Falta de iniciativa por parte de los grupos involucrados.</p> <p>Falta de asesoramiento e investigación acerca de esta actividad.</p> <p>Falta de conocimiento de artesanos al momento de realizar la comercialización de sus artesanías</p>	<p>Plan Nacional del Buen vivir 2009-2013.</p> <p>Sistema de registro de producción nacional.</p> <p>Sistema de Registro, Evaluación y seguimiento de proyectos.</p> <p>Sistema de Información</p>	Crear negocios que generen empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.	Ejecución de políticas públicas, planes, programas y sus proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de artesanías con alto valor agregado y de calidad.



	<p>de negocios inclusivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar el desarrollo del talento humano.</li> </ul>		Empresarial- SISEMP.		
<p>Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja</p>	<p>Promover el desarrollo sustentable del cantón utilizando adecuadamente la planificación estratégica como herramienta de gestión, el tratamiento equitativo a los problemas que le incumben, la participación ciudadana y rendimiento de cuentas: con el propósito de contribuir al bienestar de la</p>	<p>Demora al otorgar el permiso de funcionamiento correspondiente para la empresa.</p> <p>Dificultad para acceder a los servicios básicos generales.</p>	<p>Ley Orgánica de Régimen Municipal.</p> <p>Permiso anual de funcionamiento.</p>	<p>Apoyar el establecimiento y ejecución del proyecto, para crear oportunidades de empleo confiables para los nuevos emprendedores, brindando fuentes de empleo seguras.</p>	<p>Planificar y promover el desarrollo social, económico, ambiental, turístico y cultural del cantón para garantizar a la población el acceso equitativo a los bienes y servicios básicos, de buena calidad, que toda sociedad moderna debe disfrutar.</p> <p>Establecer mecanismos de fomento y apoyo a cadenas productivas y</p>

	colectividad, el fortalecimiento del civismo, la confraternidad, el progreso y la unidad nacional.				redes empresariales, que eleven la productividad y competitividad cantonal.
--	--	--	--	--	---

## Ficha Técnica de Observación

### **Proyecto:**

Rescate del conocimiento cultural mediante la aplicación de iconos precolombinos en artesanías, y localización de canales de comercialización más eficientes.

"INCOLOJA"

### **1. ¿Qué se va a observar?**

Grupo social → grupo de artesanos que fabrican sus productos utilizando iconos precolombinos, los cuales no pueden encontrar una adecuada manera de vender todos sus productos en el mercado.

### **2. Fecha:**

Sábado, 11 de enero de 2014

### **Hora:**

15H30

### **3. Localidad:**

Provincia de Loja, Cantón Saraguro, Parque Central de Saraguro.

### **4. ¿A quiénes observamos?**

Se observa a un grupo de artesanos, los cuales impulsados por el Municipio de Saraguro, han podido establecer su ubicación en una de las calles del parque central de la ciudad; para comercializar sus productos a turistas.

### **5. ¿Qué actividades están desarrollando?**

Elaboración y venta de artesanías propias de la localidad, con motivos precolombinos y conforme a su cultura.

### **6. Productos:**

Cerámicas pequeñas con motivos precolombinos.

Aretes

Collares

Carteras

Manillas

Llaveros

Esferos

Diademas

Monederos

Binchas

Bolsos

Agendas

### **7. Beneficiarios:**

- Artesanos, porque es la actividad a la que se dedican día tras día para subsistir.
- Turistas que visitan esta ciudad, y la Región Sur del Ecuador.

### **8. Recursos Invertidos:**

Mesas                      Manteles                      Sillas                      Materia Prima                      Fundas  
plásticas

### **9. Mercado → alcance ( mercado nacional, regional, local):**

Este tipo de artesanías tienen mercado local, regional, nacional, pero sobretodo internacional, ya que llaman mucho la atención de turistas de otros países, lamentablemente, los artesanos no están capacitados para vender hacia otros países.

### **10. Impactos al ambiente:**

Dentro de los impactos al ambiente se pudo observar, que los artesanos obtienen directamente su materia prima, cosechando lo frutos secos de los árboles, mientras que otros compran a personas que se dedican a la cosecha de estos. Además que los productos vendidos se los expende en fundas plásticas lo que perjudica al ambiente.

Se podría mejorar esto vendiendo en fundas elaboradas con papel reciclable.

## **Ficha Técnica de Observación Proyecto**

### **Proyecto:**

Exposición de artesanías SumakRuray y Asociación Interprofesionales de Indígenas.

#### **1. ¿Qué vamos a observar?**

Realizaremos una observación de los negocios de personas que se han dedicado al rescate de su cultura como son los nativos de Saraguro, los cuales con muy poco apoyo de instituciones públicas como privadas han logrado subsistir, estos se ubican en la parte inferior del edificio del Gobierno Provincial de Loja situado en la calle José Antonio Eguiguren entre Bernardo Valdivieso y Bolívar.

#### **2. Fecha localidad**

La caminata de observación se la realizo el sábado 11 de octubre de 2014, a las diez horas y treinta minutos.

#### **3. ¿A quiénes observamos?**

En este lugar se puede apreciar y compartir con gran agrado el pujante espíritu emprendedor de los comerciantes Saraguros que día a día luchan por mantener presente en la actual sociedad su identidad cultural, mediante la venta de artículos artesanales realizados en la comunidad, así como, compartiendo sus gratas experiencias ancestrales.

#### **4. ¿Qué actividades están desarrollando?**

En este lugar se realiza una exposición con alrededor de unos 8 artesanos, estos realizan actividades de menudeo para lograr vender sus artesanías, así mismo realizan las artesanías en el lugar como un método de exhibición del proceso de elaboración de las diversas artesanías; de igual forma los artesanos se sienten abandonados pues no existe la suficiente difusión de su labor, mencionan que son muy pocos los turistas extranjeros que llegan a adquirir artesanías sabiendo de la existencia del lugar, la gran mayoría de extranjeros llegan porque estaban caminando por el sector, indican los artesanos.

De la misma manera señalan que sus productos no tienen una gran acogida por parte de la mayoría de la juventud lojana, por lo que creen que debería haber un mayor incentivo por

parte de las instituciones educativas en todos sus niveles; incluso señalan haber recibido agresiones verbales por parte de algunos adolescentes haciendo alusión a su vestimenta.

## **5. Beneficiarios**

En primer lugar los beneficiarios directos son la asociación Interprofesionales de Indígenas y SumakRuray, pues les han brindado infraestructura para que realicen sus actividades comerciales, de igual manera parte de la comunidad con una edad igual o superior a los 25 años se benefician de la actividad de estos artesanos.

También se mencionan que algunas instituciones públicas y privadas adquieren artesanías de este tipo para entregarles a sus visitantes.

## **6. Recursos invertidos**

Entre los recursos invertidos por artesanos, en lo que respecta a lo económico bordea alrededor de los 2.500 dólares, que son para adquisición de algún tipo de herramientas que les permitan elaborar sus productos, cabe mencionar que la materia prima la adquieren del sector mediante recolección en el campo.

## **7. Mercado alcance**

Los artesanos mencionan que con el actual gobierno tienen un gran apoyo y que sus artesanías se están difundiendo a nivel nacional, a través de las distintas ferias que se realizan entre las que mencionan como mercados potenciales las ciudades de: Quito, Guayaquil, Ambato, Riobamba, Cuenca, Zamora.

## **8. Impactos al ambiente**

Los artesanos de las comunidades de Saraguro mencionan tener un fuerte respeto por la tierra, por lo que dicen reutilizar su materia prima en diferentes objetos, motivo por el cual han logrado reducir al máximo sus desechos resultantes del proceso de producción, de igual manera dicen ser amigables con la naturaleza al momento de la recolección de la materia prima en el campo.

## Ficha Técnica de Observación

### **Proyecto:**

Rescate del conocimiento cultural mediante la aplicación de íconos precolombinos en artesanías y localización de canales de comercialización más eficientes. "INCOLOJA"

**Lugar:** Calle Lourdes de la ciudad de Loja.

### **1. ¿Qué vamos a observar? (un hotel, un restaurant, un conglomerado social, una localidad, un grupo social, universitarios, niños, adolescentes, etc.)**

Calle Lourdes, ubicado en el centro de la ciudad de Loja entre las calles Bolívar y Sucre. Se realiza la observación de este lugar dado que es considerado como un centro cultural, en el cual a pesar de su tamaño se encuentra una variedad de almacenes que comercializan artesanías lojanas, además de esto también se realizan exposiciones artísticas, culturales y artesanales.

### **2. Fecha localidad (día-mes-año, hora)**

10 de enero de 2014. 16h00

### **3. ¿A quiénes observamos? (sujetos, actores, personas, etc.)**

Se observó primeramente la afluencia de personas en el lugar, si estas prestaban atención y curiosidad a los almacenes y en sí a las artesanías y se logró ver que si existe un número relativamente alto de personas que transitan esta calle.

También se observó que existe un número considerable de clientes dentro de los almacenes artesanales, en especial de aquellos que venden bisutería y relacionados, es decir, artículos no tan costosos.

Los comerciantes que atendían a su clientela, y hacían conocer sus productos.

Se observa relativamente poca cantidad de productos precolombinos o con íconos precolombinos. Alta cantidad de productos de bisutería.

#### **4. ¿Qué actividades están desarrollando?**

Los fabricantes y comerciantes que elaboran y venden gran variedad de productos artesanales como son adornos, manillas, aretes, collares, billeteras, carteras, cuadros, en sí toda clase de arte manual que se plasma en madera, y más materiales, incluso tatuajes.

#### **5. ¿Beneficiarios?**

Artesanos de la ciudad de Loja, comerciantes, clientes locales y extranjeros.

#### **6. Recursos invertidos**

Primeramente en la calle Lourdes, la comercialización de estas artesanías se las realiza dentro de los locales, por lo tanto se incurren en egreso de local comercial, además de stands para los productos, mesas y vitrinas.

#### **7. Mercado alcance (mercado nacional, regional, local)**

Nuestro estudio se basa en el mercado local, hacemos énfasis en que si se observó gran influencia de extranjeros que son grandes consumidores de estos productos.

#### **8. Impactos al ambiente**

En la calle Lourdes no se observan desechos o basura que se relacione a esta actividad debido a la presencia de locales comerciales.



## PERFIL DE PROYECTO N. 2

De acuerdo al estudio realizado por las estudiantes Andrea Orellana y Sonia Uquillas se obtuvo este perfil.

Se les proporcionó la información preliminar a las estudiantes para que puedan realizar este perfil, como el resultado de las entrevistas directas realizadas a los artesanos de Saraguro.

### 1. Título del proyecto

“Mejoramiento de la comercialización de la bisutería realizada por las indígenas artesanas de Saraguro y recuperar nuestra identidad a través de los íconos precolombinos”

### 1. Ubicación del proyecto

- **Provincia:** Loja
- **Cantón:** Saraguro
- **Parroquia:** Saraguro



Bajo el TaytaPuklla (cerro sagrado) distribuidos en ayllus comunitarios, se asienta uno de los centros étnico-culturales más importantes del AbyaYala (América), El Pueblo Kichwa

Saraguro, también conocido como “La Tierra del Maíz”, forma parte de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador.

Los Saraguros, son un pueblo descendiente de la nobleza Incaica que a través de la MITMA fueron traídos por el Inca Tupak Yupanqui con la finalidad de afianzar a los pueblos conquistados e impartir sus conocimientos y tecnología en general, ya que luego serían incorporados al gran TAWANTINSUYO. Posteriormente en la época de la invasión española vivió todo el proceso de dominio impuesto, los mismos que trataron de exterminar su cultura; sin embargo la resistencia de sus ancestros en el pasar de los días hizo que este pueblo sobreviva, pudiendo de esta forma mantener hasta la actualidad un gran conjunto de manifestaciones culturales propias que arraigan de la época Incaica como: idioma, vestimenta, alimentación, arquitectura, ritos, ceremonias, música, danza, coreografía, cuentos, leyendas, mitos, etc. que se han conservado gracias a sus tradiciones orales. Cabe indicar además que muchas de estas manifestaciones propias fueron incorporadas o adaptadas al culto católico con la finalidad de acelerar su proceso de dominio.

### **Ubicación**

Saraguro, se encuentra ubicado al sur del Ecuador, al noreste de la provincia de Loja, sus coordenadas geográficas son: 3° 31'38" de latitud sur, y 79° 43'41" de longitud oeste. Se ubica desde los 1.000msnm hasta los 3.800msnm. En su cabecera cantonal que es Saraguro la altitud es de 2.525msnm.; tiene una superficie de 1.080km. Posea un clima templado-frío en la zona andina y cálido en las zonas bajas y su temperatura oscila entre los 8 y 27° C. Tiene una cultura diversa pero predomina la Kichwa Saraguro a la Mestiza por lo que hablan dos idiomas kichwa y castellano. Posee una población total de 30,183 habitantes según el censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010.

### **Población**

La población de los Saraguros está asentada en la región andina provincia de Loja: cantón Saraguro y cantón Loja; con una población de 30,136 personas según el INEC. El mayor núcleo central es la zona Saraguro. Encontramos también un asentamiento poblacional de Saraguros en la zona de Vilcabamba. También de forma temporal o a veces permanente y por razones de trabajo y/o estudio encontramos una población significativa en las ciudades de Loja, Cuenca, Riobamba y Quito. A esto debemos sumar una considerable población de migrantes que a partir de finales de la década de los 90 y principios del 2.000 se asentaron en Estados Unidos y España.

### **Actividades principales**

Como estrategias de sobrevivencia se destacan las siguientes actividades:

**Agricultura.**- El principal cultivo en la zona andina es el maíz en asocio con el fréjol, haba; también se cultivan tubérculos como la papa y una gran variedad de hortalizas. Esta producción mayoritariamente es de autoconsumo. Se debe destacar que a inicios del año 2.000 se inicia con una producción alternativa bajo invernadero de tomate y babaco destinado exclusivamente para la comercialización.

**Ganadería.**- Constituye uno de los principales medios de subsistencia económica para la mayoría de los Saraguros. En mayor escala está el ganado vacuno, al mismo que sirven de complemento la crianza de animales menores como ovejas, cobayos y aves de corral.

**Artesanía.**-Por tradición, los Saraguros practicaron un tipo de artesanía con tecnología ancestral, que servía para consumo familiar. En las últimas décadas del siglo pasado se da inicios con la práctica artesanal textil incorporando otras tecnologías y fibras sintéticas enfocadas a la comercialización local y nacional. Esta actividad se ha incrementado en los últimos años especialmente con tejidos de mullos o chaquira que en su mayoría es protagonizada por las mujeres. En este proceso se va incorporando la actividad artesanal que tiene un significativo aporte a la economía familiar.

**Educación.**- Como una alternativa a los problemas de relación intercultural los Saraguros se insertaron en el proceso de profesionalización, complementariamente en la actualidad la inserción en este proceso ha generado profesionales en las distintas áreas que no solo constituye una estrategia de supervivencia económica, sino como generadores del desarrollo local comunitario.

## **MANIFESTACIONES CULTURALES**

### **Raymikuna.**

Los Raymis constituyen un conjunto de elementos espirituales y humanos que permiten el equilibrio del hombre consigo mismo, para encontrar su armonía, con la comunidad y con el cosmos. Su celebración constituye la vida misma de la persona realizada dentro de un conjunto de ritos, ceremonias (de limpieza, agradecimiento, purificación, de invocación y equilibrio personal), expresión de artesanías, pintura, comida típica, y amenizados por la música y danza de nuestros ancestros.

Dentro de la cosmovisión andina se definen cuatro Raymis, que marcan el proceso de vida personal, familiar, comunitaria y social de los pueblos.

**KullaRaymi**, se realiza el 21 de Septiembre

**KapakRaymi**, se realiza el 21 de Diciembre

**PawkarRaymi**, que se realiza el 21 de Marzo

**Inti Raymi**, que se realiza el 21 de junio

### **Creencias**

El Saraguro cree en la Vida personal y comunitaria, como en su interrelación con el cosmos, mitos y ritos que le dan sentido a su paso por esta Pacha, cree en la fuerza espiritual de sus antepasados que se concentran en la energía de los 4 elementos de la vida fuego, tierra, aire y agua. Algunas de estas creencias fueron mezcladas en el catolicismo, por lo que algunos Saraguros practican el culto católico sin olvidar la existencia de sus propios Dioses.

### **Identidad**

Se encamina en un proceso de ratificar su identidad como kichwa Saraguro sin olvidar el sentido de la solidaridad y reciprocidad que le caracteriza. Lucha porque la vida se enmarque dentro del “AMA KILLA, AMA LULLA, AMA SHWA” (no seas ocioso, no mientas y no robes), que sostuvieron la ética y la moral en el Tawantinsuyo.

## **1. Población Objetivo**

### **- Población Directa**

La población directa beneficiaria será la Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas Saraguros **AISA**, conformada por 21 mujeres artesanas emprendedoras mayores de 35 años dispuestas a involucrarse en la recuperación de nuestra identidad a través de la elaboración de bisutería utilizando íconos precolombinos con el fin de mejorar su calidad de vida.

### **- Población Indirecta**

La población indirecta que se beneficiará con este proyecto serán las familias de estas 21 mujeres indígenas Saraguros, cuya media serán aproximadamente 84 personas que mejorarán su calidad de vida con el aumento del ingreso de cada una de ellas.

## **2. Breve resumen**

El presente proyecto tiene como objetivo mejorar la conexión entre las productoras indígenas y los consumidores jóvenes de ambos sexos que son los que más se sienten atraídos por este tipo de bisutería según la encuesta realizada a las artesanas de Saraguros

con el fin de mejorar la comercialización de la bisutería realizada por las indígenas a través de su participación activa en las Expo Ferias Artesanales a nivel nacional; además de implementar nueva publicidad en la que se incentive a los consumidores a comprar dicho producto, con el fin de mejorar la calidad de vida de las artesanas del cantón Saraguro y la recuperación de nuestra identidad.

### **3. Presupuesto**

Este proyecto será financiado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Loja y Saraguro principalmente cuya alianza será de gran importancia en la promoción y venta de la bisutería elaborada por las artesanas; además el Ministerio de Turismo tendrá un papel de gran importancia ya que el mismo gestionará la participación de las Artesanos de Saraguro en las ferias más importantes del país.

### **b) INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

#### **1. Nombre**

*“Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas Saraguros”*

#### **2. Siglas**

AISA

#### **3. Dirección**

Se encuentra ubicado en la provincia de Loja, en el cantón Saraguro (Calle El Oro y Loja Esquina, frente al parque central de Saraguro).

#### **4. Naturaleza Jurídica**

Organización social.\_ grupo de personas que interactúan entre sí, en virtud de que mantienen determinadas relaciones sociales con el fin de obtener ciertos objetivos. También puede definirse en un sentido más estrecho como cualquier institución en una sociedad que trabaja para socializar a los grupos o gente que pertenece a ellos. Se trata de una esfera de vida social más amplia que se organiza para satisfacer necesidades humanas.

Las organizaciones sociales pueden tomar varias formas dependiendo del contexto social. En el contexto de los negocios, una organización social puede ser una empresa, corporación, etc.

## **5. Fecha de constitución**

Legalmente constituida el 13 de junio de 1991 y actualizada con Acuerdo Ministerial N° 0029 de fecha 01 de marzo de 2012.

## **6. Responsable de la organización**

Sr. José Manuel Lozano, presidente de la Asociación de Artesanos de Saraguro.

## **7. Sectores en los que trabaja la organización**

Producción y comercialización de los productos elaborados por los indígenas artesanos del cantón Saraguro.

## **8. Relación con otras entidades públicas y privadas**

Esta organización mantiene relación con: Federación del Indígenas Saraguros FIIS, y con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro.

Es de suma importancia construir alianzas estratégicas debido a la cercanía con los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Loja, Cuenca y Zamora; además que con el Ministerio de Turismo el que podrá dar mayor información sobre la actividad realizada por los artesanos a nivel nacional y gestionar su presencia en las principales ferias del país.

### **1. Título**

“Mejoramiento de la comercialización de la bisutería realizada por las indígenas artesanas de Saraguro y recuperar nuestra identidad a través de los íconos precolombinos”.

### **2. Antecedentes**

La Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas Saraguros **AISA**, es una organización social legalmente constituida el 13 de junio de 1991 y actualizada con Acuerdo Ministerial N° 0029 de fecha 01 de marzo de 2012 cuyos integrantes se dedican a la manufactura en diferentes líneas artesanales, es así que la bisutería motivo de nuestro estudio según las encuestas realizadas arroja un alto porcentaje de personas dedicadas a esta actividad la misma que caracteriza por tener la aplicación de iconos precolombinos, esto lo hacen con la finalidad de rescatar nuestra identidad, tradición, cultura y arte las mismas que tienen diseños con identificación de imágenes con simetría y forma.

Sus bisuterías se basan en diferentes diseños como arco iris, estrellas, soles, flores, frutas, hojas. Sus artesanías son cotizadas por turistas nacionales y extranjeros. Este cantón lojano es considerado como un centro artesanal, porque tanto hombres como mujeres muestran su talento. Además, ha despertado un interés nacional para ser un destino turístico. Eso incentiva a los artesanos a mostrar sus creaciones que son un imán para el visitante y hay que destacar que cada que cada artesano se ha capacitado para ofrecer productos de calidad. En la actualidad la calidad de su trabajo es reconocido en ferias que se hacen en todo el país.

### **3. Justificación**

Este proyecto tiene como finalidad la comercialización y venta de las artesanías tanto a nivel nacional como internacional y así generar nuevas fuentes de trabajo y de ingreso económico para los miembros de la Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas Saraguros AISA, con el propósito de mejorar la calidad de vida de estos. Con la participación en Ferias Artesanales, Culturales, Gastronómicas y Productivas, a fin de que el artesano pueda exponer y expender sus productos.

### **4. OBJETIVOS**

#### **4.1 Objetivo general**

- Rescatar nuestra identidad, cultura y tradiciones a través de la inclusión de los iconos precolombinos diseñados por estudiantes de la universidad, los mismos que han sido socializados y aceptados por las artesanas.

#### **4.2 Objetivos específicos**

- Mejorar la comercialización de los productos elaborados por los Artesanos Indígenas Saraguros a nivel local y nacional.
- Generar espacios para demostrar las artesanías que se elaboran con diseños tradicionales como también con los nuevos diseños que se innovaran en el marco de este proceso.
- Apoyar a los pequeños empresarios para mejorar su calidad de vida y la de su entorno, dando a conocer también el cantón y provincia de donde nacen tan hábiles artesanos.

## 5. Componentes

**Componente 1:** Alianzas estratégicas. En el ámbito de la globalización se hacen necesarias las alianzas estratégicas para facilitar que cualquier empresa o negocio pueda alcanzar sus objetivos trazados. Las alianzas estratégicas permiten crecer, avanzar y desarrollarse en forma más rápida y oportuna; es por esto que generar alianzas con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Loja y Saraguro principalmente cuya alianza será de gran importancia en la promoción y venta de la bisutería elaborada por las artesanas; además el Ministerio de Turismo que gestionará la participación de las Artesanos de Saraguro en las ferias más importantes del país.

**Componente 2:** Exposición y comercialización de bisutería en ferias locales y nacionales con el apoyo de las alianzas con el GAD de Loja y Saraguro con el Ministerio de Turismo.

### Actividad:

FECHA	CIUDAD	EXPONENTE
23 de agosto	MACHALA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO
10 de marzo	SARAGURO	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO
8 de Septiembre	LOJA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO
9 de Octubre	GUAYAQUIL	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO
3 de Noviembre	CUENCA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO
6 de Diciembre	QUITO	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO
8 de Diciembre	LOJA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO
30 de Diciembre	AMBATO	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO



**Componente 3:** Capacitación continua. En un mundo en el que los cambios son constantes y el ritmo de los mismos tiende a ser exponencial debemos adaptarnos de la mejor manera posible, “Renovarse o Morir” (Víctor Córdoba Herrero); por lo que es de gran importancia que tanto instituciones públicas como privadas apoyen el proyecto tales como:

- Universidad Técnica Particular de Loja
- Ministerio de Turismo
- Ministerio de Inclusión Económica y Social
- Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad
- Ministerio de Coordinación de Conocimiento y Talento Humano
- Ministerio de Cultura

## 6. Presupuesto

El presupuesto estimado para 21 artesanas que participan en la Feria Binacional de Loja que se realizara del 1 de septiembre al 15 de septiembre de 2014.

Se necesitaran 84 metros cuadrados ya que cada una ocupara 4 metros cuadrados.

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Alquiler de 21 Mesas	4.00	84.00
Alquiler de 21 Sillas	2.00	22.00
Alimentación	135.00	2835.00
Hospedaje	15.00	315.00
Transporte	12.00	252.00
Mantelería	2.00	22.00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>3215.00</b>
Imprevistos 5%		160.75
<b>TOTAL</b>		<b>3375.75</b>

## CONCLUSIONES

- Los artesanos de Loja y la provincia conocen muy poco sobre lo que significa el arte precolombino, por lo tanto en sus diseños únicamente han venido plasmando figuras que han visto a lo largo de su vida y que han sido aprendidos desde niños sin saber su significado.
- Los pocos artesanos que quedan son adultos mayores que trabajan con el arte porque lo han hecho toda su vida y es su sustento económico, mientras que a las nuevas generaciones no les interesa aprender lo que realizan sus padres.
- Al investigar la iconografía presente en el diseño andino del Ecuador en sus objetos textiles, resalto la belleza de diseños y la innumerable cantidad de diseños iconográficos, los que hacen que estas culturas milenarias sean ricas en producción artística artesanal, las cuales se rigen en su cosmovisión.
- Existen varios modelos iconográficos que la Universidad Técnica Particular de Loja ha recopilado para plasmarlos en los productos y comercializarlos.
- Todos los modelos iconográficos recopilados servirán para plasmarlos en bisutería, ropa deportiva y suvenires que darán a conocer nuestra identidad y raíces.
- Los resultados obtenidos después de la investigación y el análisis arrojaron como resultado que los productos con iconografía precolombina es un mercado potencial en Loja y en la provincia ya que es algo nuevo que refleja nuestra identidad y sería un buen producto para adquirir.
- Los modelos iconográficos contribuyen a rescatar la identidad ecuatoriana y andina como pueblo, e integrar estos símbolos e íconos al diseño contemporáneo, siendo una importante guía para futuros diseñadores.

## RECOMENDACIONES

- Asesorar a los artesanos sobre lo que significa la iconografía precolombina para que tengan conocimiento de la cultura de nuestro país y para que sepan que significan los diseños que ellos plasman en sus obras de arte.
- Motivar a los estudiantes desde pequeños a conocer más sobre la cultura andina, mediante charlas, seminarios, foros y en clases en sus respectivas escuelas y colegios para así fomentar un renacer de esta cultura olvidada.
- Incentivar a los hijos de los artesanos para que continúen con el trabajo y la tradición de sus padres para que vayan mejorando poco a poco dentro del área del arte.
- Crear espacios en la escuela de Arte y Diseño de la Universidad Técnica Particular de Loja donde se pueda generar propuestas enfocadas al diseño andino.
- Exportar los productos con iconografía precolombina ya que en el exterior muchas veces valoran mucho más que las personas de nuestro propio país.
- Poner a conocimiento de los artesanos locales los diferentes proyectos que actualmente en Latinoamérica se están desarrollando, los cuales retoman el pasado y la cultura local como inspiración para crear cosas nuevas, como es el caso de los artesanos en Brasil quienes diseñan utilizando la gran variedad de iconos precolombinos, así también como la iniciativa del centro de Desarrollo Productivo de Ollería en Colombia de promover la utilización de los rasgos más representativos de la orfebrería de las culturas prehispánicas en el diseño de joyas.

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía

- Apuntes Científicos* . (2011). Obtenido de Apuntes Científicos : <http://apuntescientificos.org/factores-afectan.html>
- Capa, A. (15 de Septiembre de 2013). La talabartería y sus días . (A. Villacís, Entrevistador)
- Centeno, L. F. (26 de Agosto de 2001). Socio Economía Ecuatoriana. *Época Aborigen* . Guayaquil , Guayas , Ecuador : Universidad ECOTEC.
- Chávez, B. Á. (03 de mayo de 2012). Repositorio. U. *Estructura organizacional de la empresa importadora y comercializadora de bisutería a base de cristal y similares*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil .
- Cobos, I. O. (15 de Mayo de 2011). *Ecuador Prehispánico* . Obtenido de Ecuador Prehispánico : <http://ecuadorprehispanico.blogspot.com/2011/05/ecuador-antiguo.html>
- Espejo, L. F. (2004). *“Mercadotecnia” Tercera Edición*. México D.F: Mc Graw Hill – Interamericana .
- Febres, M. R. (04 de Octubre de 2013). Una vida entre la Fe y el Arte de hacer Santos . (A. Villacís, Entrevistador)
- G., C. S. (2012). Medio de Difusión de la Cámara Artesanal de la provincia de Loja . *Revista Artesanal de Loja* , 7-34.
- Guailas, L. E. (20 de Septiembre de 2013). Saraguro y sus telares ancestrales. (A. Villacís, Entrevistador)
- Juárez, Á. (28 de Septiembre de 2013). Experiencia y Tecnología: una combinación perfecta en el mármol. (A. Villacís, Entrevistador)
- KOTLER, P. (1996). *“Dirección de Mercadotecnia” Octava Edición*. México D.F : Pearson Educación.
- Mogrovejo, D. (10 de Septiembre de 2013). Loja y sus artesanos en el cuero . (A. Villacís, Entrevistador)
- Molina, C. (2012). Diseño Textil a partir de los Petroglifos de la provincia de Loja y su aplicación en indumentaria. *De La Gráfica Rupestre De Loja Al Diseño Textil*. Loja, Loja , Ecuador : Universidad Técnica Particular de Loja .
- Ordoñez, J. (15 de Octubre de 2013). Juventino la platería, su legado . (A. Villacís, Entrevistador)
- Panofsky, E. (1955). *Iconografía e Iconología: Una introducción al estudio del renacimiento* . Chicago: The University of Chicago Press.

Porter, M. E. (1985). *Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Madrid: Ediciones Pirámide, S.A.

Robalino, G. (8 de Septiembre de 2013). Cera: Alfareras que dominaron la arcilla. (A. Villacís, Entrevistador)

Sanz, L. T. (12 de DICIEMBRE de 2009). ICONOGRAFÍA, SIGNIFICADO, IDEOLOGÍA: PROBLEMAS Y CUESTIONES EN LA INTERPRETACIÓN ACTUAL DEL ARTE MAYA. *LA ICONOGRAFÍA OCCIDENTAL: PAUTAS Y PROBLEMAS TEÓRICO - METODOLÓGICOS*. MADRID, MADRID, ESPAÑA: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

SapaInca. (01 de Enero de 2012). *Seminarios sobre Culturas Andinas*. Obtenido de Seminarios sobre Culturas Andinas: <http://sapa-inca.blogspot.com/2012/01/caracteristicas-del-periodo-pre.html>

STANTON, E. (1980). *"Fundamentos de Marketing" Décima Cuarta Edición*. México D.F: Editorial Pioneira.

Torres, T. (lunes de junio de 2011). *About.com Angeles y Milagros* . Obtenido de <http://angelesymilagros.about.com/od/definiciones/g/iconografia.htm>

Villa, S. (08 de Octubre de 2013). Una vida dedicada a la pintura y escultura. (A. Villacís, Entrevistador)

*Web y Empresas* . (20 de Noviembre de 2013). Obtenido de Web y Empresas : <http://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

Zarate, J. M. (1991). Análisis del Método Iconográfico. *Revista Virtual de la Fundación Universitaria Española*, Tomo IV - 7.

## ANEXOS

### Anexo No.1

#### Número de encuestados

	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJES
LOJA ARTESANOS	6	10,17
Saraguro	21	35,59
Gonzanamá	7	11,86
San Lucas	6	10,17
Almacenes Deportivos Loja	19	32,20
TOTAL	59	100,00

**Elaboración:** El autor

## Anexo No. 2

Se presenta la lista de todos los artesanos afiliados en la ciudad de Loja:

Nucanchic Maquicuna

Loja, enero de 2012

35

# Guía de la Cámara Artesanal de la Provincia de Loja 2012

REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	CIUDAD	DIRECCION UNIDAD PRODUCTIVA	TELEFONO
<b>ALUMINIO, VIDRIO Y CONEXOS</b>				
Calderón Camacho Nelly Irene	Aluminio y Vidrio	Calvas	Av. Loja y Francisco Ontaneda	2688628 / 092933983
Calderón Camacho Melida Angélica	Aluminio y Vidrio	Loja	Av. Universitaria y Cariamanga	2560618 / 092763063
Guevara Lalangui José Aladino	Aluminio y Vidrio	Loja	Bolívar 15-22 y Catacocha	2578152 / 099539744
Palacios Pullaguari Enith Marlene	Aluminio y Vidrio	Loja	Bolívar 15-22 y Catacocha	2578152 / 092323024
Paladines Maguin Luis	Aluminio y Vidrio	Loja	Av. Universitaria y Cariamanga	2577613 / 091456970
Ríos Tinoco Jorge Vinicio	Aluminio y Vidrio	Calvas	Av. Loja y Cariamanga	2688628
<b>ALIMENTICIA Y CONEXOS</b>				
Azanza Ortiz Paulina del Carmen	Chef	Loja	Tebaida	2576923 / 097459231
Bustamante Criollo Chela Yolanda	Chef	Loja	Celi Román	2562055 / 091343760
Bustamante Criollo Cosme Arcesio	Elab. Alimentos	Loja	Motupe Alto Fie. Escuela	0-82711211
Bustamante Yépez Líder Vinicio	Gastronomía	Loja	Bolívar y Rocafuerte	2583352 / 094139778
Burneo Castillo Rocío Margarita	Elab. Alimentos	Loja	Azuay y Sucre	25651700/091484726
Bustan Jaramillo Lorgia María	CHEF	Loja	Chquiribamba y Vicente Anda Aguirre	2540378/2573654
Castillo Carreño María del Cisne	Elab. De Lácteos	Loja	Clodoveo Jaramillo Alto: Tucumán y Habana	2583842/095785940
Cáceres Matute Miguel Agustín	Elab. Alimentos	Loja	Olmedo 16-33 y González Suarez	2550032 / 093189706
Caicedo Sevilla Segundo Iván	Elab. De Helados	Loja	Sauces Norte	2540219/086538237
Campana Iñiguez Mario Hernán	Gastronomía	Loja	Bolívar y 10 de Agosto	2570603 / 094139535
Campana Ludeña Mercy Liliana	Gastronomía	Loja	Bolívar y Rocafuerte	2583352 / 093683572
Cuenca Espinoza Carlos Alberto	Elab. Productos	Loja	Miguel Riofrío 14-66 y Bolívar	2574699 / 091579704
Fiallos Castillo Rosa Elvira	Chef	Loja	González Suarez y Bernardo V	2570231 / 089506340
Guerrero Campos Doria Mariela	Pastelería	Loja	Las Pitás	0-97267454
Idrovo Reyes Nuvia Yadira	Gastronomía	Zamora	Av. de la Policía y Rosalina M	2606239 / 094916662
Jaramillo Carrión Mercy Paola	Gastronomía	Vicabamba	Atillo y José David Toledo Esq.	2640354 / 091995449
Ludeña Astudillo Mercy Cumanda	Gastronomía	Loja	Bolívar y 10 de Agosto	2570603 / 097060533
Moncayo Vaca Carmen Margoth	Panadería	Loja	Juan José Peña y Lourdes	2573167 / 086431384
Montalván Hidalgo Carlos Alberto	Elab. de café	Loja	Río Parana 24-73	2578692 / 093668540
Muñoz Silva Edhi Daniel	Panadería	Loja	Colón 12-14 y Olmedo	2587240 / 088660745
Ríos Hidalgo Leovani Patricia	Chef	Loja	Mercadillo / Sucre y Bolívar	2587800 / 097248820
Soto Tinizaray Miguel Ángel	Panadería	Loja	Av. Universitaria e Imbabura	2589797/082670466
Samaniegon Villacís Israel Eduardo	Elab. De Alimentos	Loja	Alexander Humboldt y Leonardo Da Vinci	2548345
Vega Vega Sonia Amarilis	Chef	Loja	Olmedo 16-33 y González Suarez	2583041 / 094559714
Veintimilla Jaramillo Zoila luz	Gastronomía	Loja	Juan de Salinas y Bolívar	2577977 / 093298412
Yaguana Moscuí Elena del Rocío	Elab. De Alimentos	Loja		
<b>BELLEZA, PELUQUERIA Y CONEXOS</b>				
Astutillo Gallegos Francisca Jeaneth	Belleza	Paltas	Calle Lourdes	0-97863907
Burneo Sánchez Estrella de la Aurora	Belleza	Loja	Manuel Zambrano / Malvinas y Cuba	2581360/098690822
Bustamante Yépez Mónica Lucía	Peluquería	Loja	Av. Pío Jaramillo y Venezuela	2573014
Castillo Troya Esther Mafalda	Peluquería	Loja	Bernardo Valdivieso y Colón	2587105/081252788
Cajamarca Morquecho Teresa de J	Estilista	Loja	Ramón Pinto y 10 de Agosto	0-94114865
Compuverde Chamba Teresa E.	Belleza	Loja	Av. Eugenio Espejo y Reinaldo E	2587471 / 089722268
Carrillo Pogo Liliana Piedad	Belleza	Paltas	Calle Domingo Celi	2683054 / 092187190

REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	CIUDAD	DIRECCION UNIDAD PRODUCTIVA	TELEFONO
Cabrera Acara María Teresa	Belleza	Loja	Bolívar y Catacocha	0-94545790
Gómez Cuenca Marlenia Dilma	Belleza	Loja	Av. Salvador B Celi Santa Rosa	0-82824226
Maita Gonzalez María Eudisia	Belleza	Malacatos	Malacatos	0-91182442
Minga Tapia María Esther	Belleza	Loja	Av. Eugenio Espejo y Polonia	0-84762819
Ordoñez Correa Gladis	Belleza	Loja	Pedro Pache y Chuquiribamba	2541926 / 097741802
Pambi Gallegos Miriam	Belleza	Loja	Héroes del Cenepa	2545245/090869072
Riofrio Vivanco Katherine Yomar	Belleza	Paltas	3 de Diciembre y Av. Del Estud	2684014 / 080839753
Tello Arévalo Horfandad Cristina	Estética	Loja	Bolivar 08-25 y 10 de Agosto	2589521-085104168
Triana Lozano Robert	Estilista	Loja	10 de Agosto 15-20 y Sucre	090869072
Toledo Chiriboga Clara Verónica	Belleza	Loja	Marañón y Río Cauca	2578949 / 097788443
Zamora Caicedo Miriam Fabiola	Estilista	Loja	José M Riofrio y Juan M Riofrio	2587875

**BISUTERIA Y CONEXOS**

Carrión Pazmiño Yaira Fernanda	Bisutería	Loja	Lourdes 14-76 y Sucre	0-99536935
Guzmán Sigcho Nora Ligia	Bisutería	Loja	24 de Mayo 08-78	2560679 / 099691968
Lapo Maiza Mariana Marisol	Bisutería	Paltas	24 de Mayo y Cangonoma Esq.	0-91584149
Núñez Endara Rosario del Pilar	Bisutería	Loja	Calle Malta 32-24 y Bulgaria	2574442 / 086636905
Pardo Mijas Tania Elizabeth	Bisutería	Zamora	Calle Diego de Vaca	2607956/088765026
Rimarachin Díaz Fanisa Ayde	Bisutería	Loja	Lourdes y Bolívar	0-97460364
Rivadeneira Troya Richard José	Bisutería	Loja	Lourdes 14-45/ Bolívar y Sucre	2564034/080827910

**MECÁNICOS METALES COMUNES Y CONEXOS**

Ambuludí Capa Manuel de Jesús	Mec. Refrigeración	Loja	Gardenias 15-93 y 18 de Noviembre	2563777/097443687
Armijos Flavio	Mec. Eléctrico	Loja	José Samaniego y Lauro Guerrero	2576776/095092344
Aguirre Esparza Edwin Patricio	Mecánico	Loja	Quito y Av. Universitaria	2563294/093019116
Aveiga Pinargote Vicente Enrique	Mec. Eléctrico	Catamayo	Isidro Ayora y 9 de Octubre	2677746/097690497
Cañart Espinoza Paul Fabricio	Pintor automatriz	Loja	Quito y Emiliano Ortega	2571155/094722442
Cevallos Guzmán Miguel Ángel	Mecánico	Loja	Paltas y Otavalo	2560679/096576766
Conde Minga Luis Alfredo	Mecánico	Loja	Av. Zoilo Rodríguez	0-91414285
Duchitanga Sánchez Carmen Elícia	Cerrojería	Zamora	Vía a Jambue	2605448/088584499
Fernández Teófilo Aurelio	Pintor automatriz	Loja	Emiliano Ortega/ Quito, Imbabura	2571155/097923075
Granda Guaicha Daniel Fernando	Mecánico	Loja	Ramón Pinto y los Ahorcados	3027696/093857016
González Segundo Aldívar	Mecánico		Barrio las Palmeras	091793463
Guerrero Héctor Guillermo	Mecánico	Loja	Paltas y Otavalo	0-94097759
Guerrero Guzmán Héctor Guillermo	Mecánico	Loja	Paltas y Otavalo	2578108/097081189
Guerrero Guzmán Carlos Enrique	Mecánico	Loja	Av. De los Paltas y Otavalo	2578108/097019814
Morocho Trelles Byron Patricio	Mec. Refrigeración	Loja	Av. Cuxibamba y Tene	0-94576510
Morocho Ángel Rubén	Mec. Refrigeración	Loja	Sucre 04-65 e Imbabura	2569044/093828166
Sarango Narváez Tulio Asdrúbal	Mec. Precisión	Loja	Los Ahorcados	
Ochoa Ochoa Miguel Agustín	Mecánico	Malacatos	Vergel	0-81111255
Ordoñez Japa Víctor Manuel	Mecánico	Loja	Punzara Chico Av. Pio Jaramillo	0-80493164
Ordoñez Gordillo Franco Manuel	Cerrojería	Loja	Barrio Belen Av. Isidro Ayora	088643580
Quizpe Sarango Manuel Enrique	Cerrojería	Saraguro	Loja y Panamericana	0-93277473
Pinos Rivera Alejandrino	Mec. Automotriz	Loja	Quinara e Ingapirca	0-94653705
Paucar Rueda Nicolás	Mec. Eléctrico	Loja	Azuay 11-71 entre Olmedo y Juan José Peña	2560085
Reyes Márquez Froilán	Mec. Automotriz	Zamora	Alfonso Buitrón y Rosalino Márquez	605236
Ruiz Román Víctor Alberto	Fundición de hierro	Loja	Tena 14-60 y Cuxibamba	584641/099140523
Salgado Ordoñez Luis Alfredo	Mecánico	Celica	Emiliano Zapata 22-61 y Miguel H	2583929/085745138
Tucto Villashanay Miguel Alejandro	Cerrojería	Loja	Grecia y Yugoslavia	2550178/094123353
Vicente Jumbo Marco Antonio	Cerrojería	Loja	Vía Oriental	0-94648004

**ARTES GRAFICAS Y CONEXOS**



REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	CIUDAD	DIRECCION UNIDAD PRODUCTIVA	TELEFONO
Alejandro Matamoros Max Fernando	Imprenta	Loja	Mercadillo y J.P. Palacia	2572030/086673375
Ayabaca Brito Mauro Manuel	Serigrafía	Loja	Sucre y Juan de Salinas	2584506/094869741
Guzmán León Lenio Lenin	Diseño Grafico	Loja	Miguel Riofrío y Olmedo	2588910/084248465
Guzmán Ordoñez Eloy	Imprenta	Loja	Olmedo y Miguel Riofrío	2581565/084624136
Vega Jaramillo Piedad Alexandra	Imprenta	Loja	10 de Agosto y Olmedo	2577508/084703017
Reiban Vallejo Rafael Alejandro	Serigrafía	Loja	Víctor Vivar y 24 de Mayo	2574869/091090687
Saraguro Ordoñez José Antoliano	Imprenta	Loja	Italia y Av. De los Paltas	0-91162439
Salinas Livisaca Lenin Alfredo	Diseño Artístico	Loja	Sucre entre Saraguro y Chile	086031726
Jara Jaramillo Fabricio David	Rotulación	Loja	Olmedo y 10 de Agosto	084983363/2577508

**CONSTRUCCION CIVIL Y CONEXOS**

Cuenca Puchaicela José Cosme	Decor. Madera	Loja	Azuay 12-27 y Lauro Guerrero	2583893/097129005
Castillo Torres Oswaldo	Elab. De Bloques		Barrio Consacola	
Galarza Salvador Boris Vinicio	Pintura y Decoración	Loja	Condamine y Humboldt	2548387/091710963
Quizphe Uchuari Miguel Ángel	Carpintería	Loja	24 de Mayo y Eugenio Espejo	2584109/093338317
Sivisaca Aguirre Elio Ricardo	Carpintería	Loja	Av. 8 de Diciembre 10-53 y Guayaquil	0-86166814
Torres Herrera Ney José	Plomería y Elec.	Loja	Av. De los Paltas y Otavalo	2585187/097352291
Vargas Montenegro Max Humberto	Construcción Civil	Loja	La Pradera Alamos y Ciprés	2570097/084525425
Zaruma Campoverde Jorge Alberto	Construcción Civil	Loja	Av. Pío Jaramillo	2547221

**TEXTILES, CONFECCIONES Y CONEXOS**

Andaluz Díaz Mercedes Mariana	Modista	Paltas	24 de Mayo Barrio Progreso	2683291/093611130
Arizaga Ortega Lucia del Cisne	Tejidos a Máquina	Loja	Bolívar y Colón	2562726/097790035
Águila Mairene Esperanza	Modista	Paltas	Calle Loja y Chile esquina	2683339/091800984
Abendaño Rojas Rosa María	Modista	Malacatos	Teodomiro Ruiz y Lauro Coronel	2673309
Castillo Cevallos Luis Enrique	Sastrería	Loja	Olmedo 10-52 / Miguel Riofrío y Azuay	2573434/085792559
Cuenca Ríos Germonía Rosario	Sastrería	Paltas	Calle Bolívar	0-82673006
Castillo Salas María Eumelia	Modista	Loja	Bolívar y 10 de Agosto	0-92059233
Cuenca Cuenca Beatriz	Modista	Loja	Vía antigua a Catamayo, Chontacruz	0-82804070
Capa Jara Digna Espinoza	Modista	Loja	Andrés Bello y Miguel Ángel Suarez	0-85348428
Castillo Torres Juana Guilberti	Corte y Confección	Loja	Bolívar y 10 de Agosto	0-88172503
Duran Paladines Greta Elizabeth	Corte y Confección	Loja	Juan José Peña 09-70	2575089/093093795
Gálvez Bustamante Diego Rigoberto	Cortinería	Loja	Azuay 12-21 y Olmedo	2581034/097144957
Guacho Moji José	Conf. De Mochilas	Loja	Bolívar y 10 de Agosto	2562664
Guzmán Sigcho Miriam Enriqueta	Modista	Loja	24 de Mayo 08-78 y Rocafuerte	2578108/098414332
Gallegos Díaz Livia Isabel	Corte y Confección	Loja	Eplicachima Barrio el Pedestal	
Japón Suquilanda Manuel Asunción	Sastrería	Saraguro	Calle Azuay y el Oro	2200149/091554190
Jaramillo Jaramillo Vera Yella Rubi	Modista	Vilcabamba	Calle Valle Sagrado	2640197/088637307
López Gonzalez Esthela Cleotilde	Corte y Confección	Paltas	Barrio El Progreso Calle Reinaldo A	0-93618201
Mora Rojas Carmen Elisa	Corte y Confección	Loja	Bernardo Valdivieso y Azuay Esquina	2560860/093516145
Montoya Viñamagua Luz América	Corte y Confección	Loja	Zamora Huaico	0-90913745
Mendoza Abad Martha María	Corte y Confección	Paltas	Dr. Jaime Roldos Aguilera	2683961/097450485
Maldonado Maldonado Gina E.	Corte y Confección	Loja	Lauro Guerrero y José Picoita	2583517/093682340
Mejía Molina Luz Margarita	Modista	Loja	Catacocha 14-34 entre Bolívar y Sucre	2588993/085892044
Orellana Ordoñez Yovanna Elizabeth	Tejidos	Loja	Unión Lojana	0-86936576
Ojeda Yahuana Macrina	Modista	Gonzanama	Emiliano Zapata 22-61 y Miguel Hidalgo	2583929/081539855
Pogo Cuenca Aura Romelia	Corte y Confección	Paltas	José Pacífico Ortiz y Jaime Roldos	0-93812988
Quizpe Obando Samuel Francisco	Sastrería	Catamayo	Av. Eugenio Espejo / Catamayo y 24	2676671/099626161
Reyes Marquez Fanny Piedad	Corte y Confección	Zamora	Av. Polic. Nac. Y Rosalino Márquez	2605704/094916662
Riofrío Pogo Marlene Mariana	Corte y Confección	Paltas	Colina del calvario	0-88265628
Riofrío Pogo Ismenia Rosaura	Modista	Paltas	Barrio Colinas Del Calvario	2683834/089108967
Riofrío Valarezo Normita Elizabeth	Corte y Confección	Paltas	Barrio Poluca Parroquia San Antonio	2683585/088222899
Solano Solano Gladis Janeth	Tejidos	Loja	Unión Lojana	2546099/092482589

REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	CIUDAD	DIRECCION UNIDAD PRODUCTIVA	TELEFONO
Sisalima Carmen Raquel	Modista	Loja	Gonzanama/ Cariamanga y Catacocha	2589396/080224846
Solano María Crecencia	Modista	Loja	Sucre / Cariamanga y Catacocha	2576502/080902725
Saraguro Solano Gladis Magdalena	Modista	Loja	Alemania y Suiza	2588786/091842364
Suarez Rivas Olga Miranda	Corte y Confección	Paltas	Paltas	0-88804972
Toledo Camacho Nora Elizabeth	Tejidos	Vilcabamba	Paraíso junto al Parque de la Madre	2640031
Torres Atarihuana María Magdalena	Corte y Confección	Paltas	Paltas	2683054/086699174
Torres Armijos Gloria Amanda	Modista	Loja	Zamora Huaico	257088/088675787
<b>MANUALIDADES Y CONEXOS</b>				
Aguirre Granda Alba Agueda	Manualidades	Gonzanama	Sucre y 24 de Mayo	2664099/086342590
Carrión Paladines Sandra Atsmania	Manualidades	Loja	José Antonio Eguiguren y Bernardo V	2570234/099948627
Flores Flores Orfa Regina	Manualidades	Paltas	Numbriones	2683776/094236104
Jaramillo Vélez Adriana María	Manualidades	Loja	10 de Agosto y Zoilo Rodríguez	2583495/088675787
Ludeña Celi Zoila Esperanza	Ador. Hogar	Loja	Calle Corazón y Zoilo Rodríguez	2570293/095073259
Ludeña Celi Otilia Elizabeth	Manualidades	Loja	Calle 1 y Bugambillas	2562476/098255122
Ocampo Toledo Jenny Esperanza	Manualidades	Loja	Panamá y Uruguay	0-91664420
Orellana Fierro Janneth Mariana	Manualidades	Loja	José Antonio Eguiguren/ Olmedo	2570097/084883915
Peñaherrera Villavicencio Janine M.	Manualidades	Loja	Juan José Peña y Azuay	2575851/094841070
Reyes Márquez Dina Yolanda	Manualidades	Loja	Calle Claveles 25-75 y Orquídeas	2573494/092329558
Rodríguez Holguín Bella Francisca	Manualidades	Loja	Andrés Bello y José María Riofrio	0-97638662
Riofrio Valarezo Luz Narcisca	Manualidades	Paltas	Eloy Alfaro y 25 de Junio	2683423/0945321261
Ramirez Elizabeth Georgina	Manualidades	Loja	Sauces Norte	2541039
Suarez Lopez Flor Susana	Manualidades	Loja	Cuxibamba y Tena	2578439/096851170
<b>VARIOS NO CLASIFICADOS</b>				
Espinoza Jaramillo Rosa María	Loja	Loja		2545352/085606511
Domínguez Alfonso Eligorio	Zapatería	Loja	Imbabura y Ramón Pinto	2587703/098374841
Gálvez José Miguel Ángel	Fotografía	Loja	Parque Central	
Pambi Gallegos Víctor Fabricio	Limp. De Alf.	Loja	Av. Santiago de las Montañas 05-01	2576776/093448038
Vicente Viñan Bolivia	Decoración	Loja	Calicuchima y Av. De los Paltas	2581034/091934559
<b>ASOCIACIONES</b>				
Smumak Ruray				086868327
Asociación Victor Emilio Valdivieso				069486480
Asociación Manos Innovadoras Afamile				084967415-091664420

## Guía Anual de Artesanos Ñucanchic Maquicuna

**Fuente:** Revista Artesanal de Loja

**Elaboración:** La Cámara artesanal de la provincia de Loja

**Anexo No. 3**

**NOMINA DE SOCIOS ACTIVOS DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE  
ARTESANOS INDÍGENAS SARAGUROS**

<b>N°</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>N° DE CEDULA</b>
1	Andrade Vacacela María Rosa	1102484944
2	AmbuludíCartuche María Avelina	1100596525
3	Andrade Quizhpe Rosa María Delia	1707670608
4	Chalán Ambuludí María Asunción	1102281084
5	Cartuche Quizhpe María Carmen	1101076154
6	Cango Puchaicela José Manuel	1101896734
7	Cango Puchaicela María Balbina	1900098060
8	Cango Puchaicela María Rosa	1102058201
9	Guailas Medina Martha Aurelia	1103896187
10	Guailas Japón Luis Eliberto	1101379616
11	Gualán Quizhpe Rosa Angelita	1103267827
12	Guamán Lozano Miguel Ángel	1102874086
13	Guamán Guamán Rosa Angelina	1101278792
14	Guamán Zhunaula Carmen María	1103394837
15	Guamán Lima Rosa Delia	1103611602
16	Japón Suquilanda Manuel Asunción	1102741624
17	Japa Guamán María Juana	1103118798
18	Lozano Quizhpe Ana María	1103298509
19	Macas Quizhpe Luzmila	1102980446
20	Rodas Macas Cesar Augusto	1103157069
21	Minga Quizhpe Ana Cristina	1104640345
22	Morocho Puchaicela María Carmen	1101394482
23	Ordoñez Espinoza Elsa Piedad	1101284345
24	Quizhpe Macas Manuel Encarnación	1101278537
25	QuizhpeQuizhpe Segundo Luis Francisco	1100605607
26	Quizhpe María Asunción	1101296752
27	Sarango Cartuche José Francisco	1102072913
28	Sarango Paqui Carmen Angelita	1102866363
29	UllaguariGuailas Mariana de Jesús	1101299145
30	VacacelaQuizhpe José María	1101270328
31	Zapata Poma Nieves Carmelina	1102700562
32	Zapata poma María Delicia	1711980225
33	Zapata Poma María Mercedes	1102421151
34	Saca Zhigui María Rosa	1101898326

**Fuente:** Nómina de socios activos de la asociación interprofesional de artesanos indígenas Saraguros

**Elaboración:** (AISA) Asociación Interprofesional de artesanos indígenas Saraguros



**PROPUESTA PARA LAS FERIAS  
ARTESANALES, GASTRONOMICAS,  
CULTURALES Y PRODUCTIVAS, ENTRE LA  
ASOCIACION INTERPROFESIONAL DE  
ARTESANOS INDIGENAS SARAGUROS Y LA  
UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE  
LOJA**



**PROPUESTA DE FERIAS ARTESANALES, GASTRONÓMICAS, CULTURALES Y PRODUCTIVAS, ENTRE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE ARTESANOS INDÍGENAS SARAGUROS Y LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**1.- DATOS GENERALES DEL PROPONENTE**

<p><b>NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:</b></p> <p>Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas Saraguros.</p>	<p><b>NOMBRE DE LA PROPUESTA:</b></p> <p>EJECUCIÓN DE FERIAS ARTESANALES, PRODUCTIVAS Y CULTURALES EN LAS EXTENSIONES UNIVERSITARIAS DE LA UTPL EN LAS DISTINTAS PROVINCIAS DEL PAÍS.</p>	<p><b>FECHA:</b></p> <p>28 de julio de 2013</p>
<p align="center"><b>REPRESENTANTE:</b></p> <p align="center">José Manuel Lozano <b>PRESIDENTE DE LA AISA</b></p>		
<p><b>DIRECCIÓN:</b></p> <p>Calle El Oro y Loja Esquina, frente al parque central de Saraguro.</p>	<p><b>CANTÓN:</b></p> <p>Saraguro</p>	<p><b>PROVINCIA:</b></p> <p>Loja.</p>

**2.- ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

La Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas Saraguros **AISA**, organización social legalmente constituida el 13 de junio de 1991 y actualizada con Acuerdo Ministerial N° 0029 de fecha 01 de marzo de 2012, que desde su constitución como Asociación de derecho con una trayectoria, con más de 20 años de vida, con nuestro primer presidente de la organización el Sr. Segundo Vacacela, quien por no contar con el apoyo de sus socios ni de las entidades de gobierno de ese entonces abandona a la organización, y posteriormente con otra dirigencia se retoma la organización reagrupando a los miembros identificados y dedicados a la actividad artesanal, con el fin de buscar los apoyos que encaminen al desarrollo de la organización como de sus miembros y de igual manera acogiendo a mas socios identificadas en las distintas ramas artesanales que equiparan a la cultura de los saraguros, estos dirigentes retoman la organización con un nuevo directorio iniciando con las gestiones ante entidades de gobierno y ONG's, en el año 2001 el Proyecto Saraguro Yacuambi, nos aprovisiona con un equipo de computación; en la actualidad contamos con equipamiento básico de computación y un local de oficina con el apoyo de la Federación del Indígenas Saraguros FIIS, y con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón

Saraguro; contamos con un equipo de Proyección, equipos elementales para poder realizar eventos de capacitación y más actividades concernientes a nuestra organización.

## 2.1.- JUSTIFICACIÓN

En vista que nuestra organización viene realizando actividades tendientes al fortalecimiento, tanto en capacitaciones y eventos organizacionales, creemos importante programar eventos de Ferias Artesanales, Culturales, Gastronómicas y Productivas, a fin de que el artesano pueda exponer y expender sus productos que hasta el momento la Asociación no ha efectuado estas iniciativas nivel de la organización por la cual elevamos nuestra propuesta a la Entidad Universitaria a que nos brinde el apoyo para llevar a cabo estos eventos dentro de los recintos universitarios con la presencia de todos los estudiantes universitarios y el público en general a fin de fortalecer a estas actividades.

## 3.- OBJETIVO GENERAL:

- Con la implementación de ExpoFerias Artesanales nos permitirá difundir la cultura de los saraguros a nivel de país y el exterior, a fin de potencializar la presencia del arte y cultura Saraguro en sus distintos niveles.

## 4.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Con el apoyo de la Entidad Universitaria se puede concretar estos eventos con un cronograma salidas y participaciones en el transcurso del presente Quimestre.
- Estos eventos generarán y garantizarán la sostenibilidad económica de la organización y de las familias miembros de la Asociación.
- Estos espacios serán para demostrar las artesanías que se elaboran con diseños tradicionales como también con los nuevos diseños que se innovarán en el marco de este proceso de capacitación que facilita la Universidad.

## CRONOGRAMA DE FERIAS EN LA EXTENSIONES UNIVERSITARIAS EN EL PAÍS

FECHA	CIUDAD	EXPONENTE	RESPONSABLE
Viernes 23 de agosto/2013	MACHALA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO	UTPL
domingo 08 de septiembre/2013	LOJA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO	UTPL
Miércoles 09 de octubre/2013	GUAYAQUIL	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO	UTPL
Domingo 03 noviembre/2013	CUENCA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO	UTPL
Viernes 06 de diciembre /2013	QUITO	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO	UTPL
Lunes 30 de diciembre /2013	AMBATO	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS SARAGURO	UTPL

Estos eventos tendrán lugar los días indicados a partir de las 09H00 a 18H00, esto dependerá de la acogida del público en los distintos lugares.

## 5.- PRESUPUESTO.

### 5.1.- Contraparte del beneficiario.- La Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas Saraguro AISA.-

ITEM	COMPROMISOS	CANTIDAD	RESPONSABLE
1	Traslado de los exponentes para el lugar de exposición	15 personas	Asoc. Artesanos saraguros
2	Un grupo de música y/o danza típica de los saraguros para el evento de feria	15 personas	Asoc. Artesanos saraguros
3	Alimentación para los participantes		Asoc. Artesanos saraguros

### 5.2.- La Universidad Técnica Particular de Loja.- Contribuirá con los siguientes detalles:

ITEM	COMPROMISOS	CANTIDAD	RESPONSABLE
1	Difusión del evento a nivel de las ciudades a efectuarse la feria.	global	UTPL
2	Local y Stands adecuado para la Expo feria Artesanal	1	UTPL
3	Equipo de amplificación para la presentación de los artistas acompañantes.	1	UTPL
4	Garantizar la compra de un CD de música de los Saraguros por cada estudiante de la extensión Universitaria, la que servirá para el financiamiento de la movilización, alimentación de los artistas y expositores.	-	UTPL

## 6. ACUERDOS Y COMPROMISOS.

Una vez consensuada entre las partes y acordado los compromisos de la presente propuesta se efectuarán la firma de los acuerdos entre la Asociación de Artesanos y la Autoridad de la Universitaria.

La presente propuesta es elaborada y puesta a consideración de los socios la misma que será revisada, verificada por la entidad facilitadora y corregida de ser necesario, cumplido esto se procederá a efectivizar lo acordado.

En caso de incumplimiento de una de las partes se reunirán los representantes de las partes responsables a resolver por la vía del diálogo y la mediación.

Atentamente,

José Manuel Lozano.  
**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN  
DE ARTESANOS SARAGURO**

María Mercedes Zapata.  
**SECRETARIA**

Manuel Asunción Japón  
**COORDINADOR**

**Elaboración:** (AISA) Asociación Interprofesional de artesanos indígenas Saraguros



**Anexo No. 5**

**Listado de almacenes deportivos en  
Loja**

	<b>Nombre del local</b>	<b>Nombre del Propietario</b>	<b>Dirección</b>	<b>Número de teléfono</b>	<b>Correo</b>
1.	Deportivo Vélez	Efrén Vélez	Sucre 08-83 y 10 de agosto	2570045	depvelez@hotmail.com
2.	Deportivo Rey	Hencer Gustavo Rey Castillo	Sucre 08-93 y Rocafuerte	2573793 0980922837	deportivorey@hotmail.com
3.	Macón Sport	Efrén Velez Ordóñez	Sucre y Rocafuerte	2560323	efrenovelezo@hotmail.com
4.	Loja Sport	Segundo García	Sucre y Rocafuerte	2563418	segundonancho@hotmail.com
5.	Sport Wear	Vanessa Valarezo	Sucre y Catacocha	2582883	michuvalarezo@hotmail.com
6.	Stilo Internacional	Marlene Ines Encalada Cueva	Sucre y Catacocha	2577162	stilointernacional@hotmail.com
7.	Mundy Sport	María Esmeralda Jiménez	Bolívar 15-31 entre Catacocha y Cariamanga	2570758	mundysport@hotmail.com
8.	Solkane Sport	Nely Camacho	Bolívar 11-90 entre Azuay y Mercadillo	2550262 0998584915	solkanesport@hotmail.com
9.	Uni Sport	Ligia Gualan	Miguel Riofrio y Bernardo Valdivieso	2586789	unisportloja@gmail.com
10.	Deportivo Paco	Marilu Cuenca	Sucre entre Quito y José Félix	2582825	
11.	Casa Deportiva Nimaram Sport		Sucre entre Quito y José Félix	996166752	
12.	Rey Deportes	Gustavo Rey	Sucre 11-26 entre Mercadillo y Azuay	980923141	hencerrey_79@hotmail.com
13.	Boris Sport	Aide Cuenca	Sucre y Quito	2579594	fredyrubisel@hotmail.com
14.	Joscam Sport	Noemí Maza	Sucre y Quito	2584398	

15	Champions Sport	Linder Pinta	Sucre e Imbabura	999079206	norminsport@hotmail.com
16	Cna Sport	Nancy Gómez	Sucre y Quito	990477301	nancy_gomez1985@hotmail.com
17	Casa Deportiva el Conde	Lenin Estalin Bone Lemos	Sucre y José Félix de Valdivieso	2583183	elcondesport@hotmail.com
18	Diez Sport	Blanca Elizalde	Sucre 02-43 y José Félix de Valdivieso		diezsport_10@hotmail.com
18	Repe Capital	Pablo Hidalgo	Juan José Peña y Azuay	994979596	
20	Casa Deportiva Arias				

**Elaboración:** El Autor

**Anexo No. 6**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**Escuela de Ingeniería en de Administración de Empresas**

**Escuela de Arte y Diseño**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS**

Lugar:.....

Fecha:.....

Clave:.....

Hora:.....

**Objetivo:** Conocer el interés de aplicar la iconografía precolombina en actividades artesanales e industriales, y motivar en nuevos emprendimiento para fortalecer el desarrollo productivo.

**CUESTIONARIO:**

**I. INFORMACIÓN GENERAL:**

1. Nombres y apellidos:.....
2. Dirección:.....
3. Teléfono
4. Correo electrónico
5. ¿Cuál es su edad?:

- a) Menos 18 años ( )
- b) 18 a 25 años ( )
- c) 26 a 30 años ( )
- d) 31 a 35 años ( )
- e) 36 a 40 años ( )
- f) 41 a 45 años ( )
- g) 46 a 50 años ( )
- h) 51 a 55 años ( )
- i) más de 55 años ( )

6. Estado civil:

- a) Soltera ( )
- b) Casada ( )
- c) Unión libre ( )
- d) Divorciada ( )
- e) Viuda ( )

II. ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS:

1. Trabaja en actividades artesanales

- a) Si ( )
- b) No ( )

2. Si usted trabaja en actividades artesanales especifique la rama:

- a) Aluminio, vidrio y conexos ( )
- b) Bisutería (mullos) ( )
- c) Mecánicos metales comunes y conexos ( )
- d) Artes gráficas y conexos
- e) Textiles, confecciones y conexos
- f) Manualidades y conexos
- g) Tejidos de lana natural
- h) Chaquira
- i) Cerámica
- j) Bordados
- k) Carpintería
- l) Ebanistería
- m) Sombrerería
- n) Tarjetería
- o) Otras:.....

3. Qué tiempo lleva desarrollando esta actividad:

- a) menos de 1 año ( )
- b) de 1 a 3 años ( )
- c) de 4 a 6 años ( )
- d) de 7 a 9 años ( )
- e) más de 10 años ( )

3. Lugar de trabajo:

- a) Propio
- b) Arrendado
- c) Casa comunal
- d) Mercado
- e) Parque
- f) Otro Lugar específico

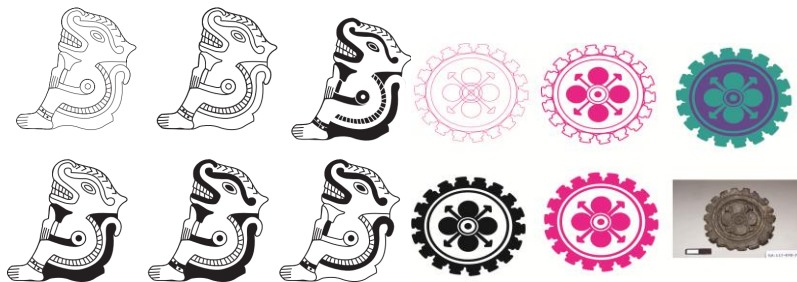
4. ¿Cuál es el ingreso mensual que le genera realizar la actividad económica?
- a) Menos de trecientos dólares ( )
  - b) 300-500 ( )
  - c) 501-750 ( )
  - d) 751- 1000 ( )
  - Más de 1000 dólares ( )

III. NUEVO EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

1. ¿Conoce usted sobre la aplicación de la iconografía precolombina en actividades artesanales?

- a) SI ( )
- b) NO ( )

2. A continuación le presentamos iconos precolombinos. Señale con una (X) el ícono que ha sido aplicado en algún producto artesanal/ industrial. Le sugerimos no marcar en el caso que usted no reconozca ninguno de ellos.



3. En qué actividad productiva artesanal usted considera mayor aplicación de la iconografía precolombina.

- a) Aluminio, vidrio y conexos ( )
- b) Bisutería (mullos) ( )
- c) Mecánicos metales comunes y conexos ( )
- d) Artes gráficas y conexos
- e) Textiles, confecciones y conexos
- f) Manualidades y conexos
- g) Tejidos de lana natural
- h) Chaquira
- i) Cerámica
- j) Bordados
- k) Carpintería
- l) Ebanistería
- m) Sombrerería
- n) Tarjetería

Otras:.....

4. ¿Estaría usted dispuesto a la aplicación de la iconografía precolombina en la actividad productiva/artesanal que realiza?

- a) Si ( )
- b) No ( )

Si su respuesta es No gracias por su colaboración, pero si respuesta el Si le solicitamos seguir con la siguiente pregunta.

5. En qué actividad productiva artesanal a usted le gustaría emprender con la utilización de los íconos precolombinos.

.....  
.....  
.....  
.....

6. Actualmente tiene usted crédito con alguna institución financiera:

- a) Banco de Fomento
- b) Cooperativa de ahorro y Crédito
- c) Otro:.....

## Anexo No. 7



**UTPL**  
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**Escuela de Ingeniería en de Administración de Empresas**

**Escuela de Arte y Diseño**

**ENCUESTA DIRIGIDA A JÓVENES DE LA CIUDAD DE LOJA**

Lugar:.....

Fecha:.....

Clave: N°0.....

Hora:.....

**Objetivo:** Conocer los gustos y preferencias de los jóvenes en la aplicación de los iconos precolombinos en prendas de vestir, bisutería, artesanías y útiles escolares.

### **INSTRUCCIONES:**

1. No escribir el nombre, la encuesta es anónima
2. Elija una sola alternativa de las propuestas
3. Por favor responda las preguntas con esferográfico
4. Ponga un círculo en el literal elegido.

### **CUESTIONARIO:**

#### **IV. INFORMACIÓN GENERAL:**

##### **1. Su situación económica es:**

- a) Independiente                      b) Dependiente

##### **2. Ha trabajado los últimos seis meses:**

- a) SI                                      b) No

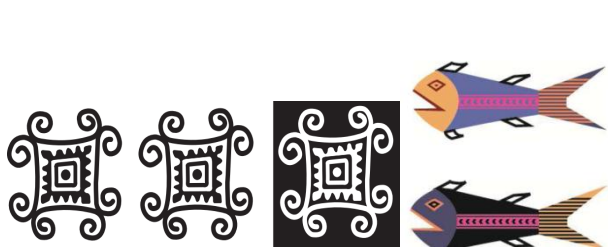
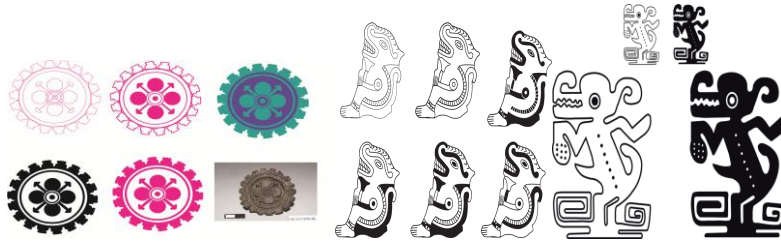
##### **3. Su ingreso salarial es:**

- a) Igual al mínimo vital \$ 318.00      c) Superior al mínimo vital

- b) Inferior al mínimo vital              d) No tengo ingreso

V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS CON LA UTILIZACIÓN DE ÍCONOS PRECOLOMBINOS.

3.1 A continuación le presentamos iconos precolombinos. Señale con una (X) el ícono que usted reconoce y que ha sido aplicado en algún producto artesanal/ industrial. Le sugerimos no marcar en el caso que usted no reconozca ninguno de ellos.



2.2 Selecciones en ¿qué línea artesanal/ materia prima, usted ha visto la aplicación de los íconos precolombinos?

- d) Aluminio, vidrio y conexos
- e) Bisutería (mullos)
- f) Mecánicos metales comunes y conexos
- g) Artes gráficas y conexos
- h) Textiles, confecciones y conexos
- i) Manualidades y conexos
- j) Tejidos de lana natural
- k) Chaquira
- l) Cerámica
- m) Bordados
- n) Carpintería
- o) Ebanistería
- p) Sombrerería
- q) Tarjetería
- r) Otras:.....

2.3 ¿Tiene usted una prenda de vestir con íconos precolombinos?

- a) SI
- b) NO



**2.4 En que prendas de vestir le gustaría la aplicación de los íconos precolombinos**

- a) Camisetas
- b) Calentadores
- c) Vestidos
- d) Faldas
- e) Gorras
- f) Cinturones
- g) Uniformes deportivos
- h) Otro:.....

**2.5 En qué otros productos le gustaría que se apliquen los iconos precolombinos**

- o) Bisutería (mullos)
- p) Útiles escolares
- q) Banners para publicidad
- r) Marcas de empresa
- s) Cerámica
- t) Bordados
- u) Sombrerería
- v) Tarjetería

Otras:.....

**2.5 Reconozca en que fechas estaría usted dispuesto a adquirir los productos con iconografía precolombina.**

- a) Navidad
- b) Día de la madres
- c) Onomásticos
- d) Día del amor
- e) Día del padre
- f) Por necesidad personal
- g) Otro

**VI. PRECIOS**

**3.1 identifique el precio con un círculo, que está dispuesto a pagar por producto con la aplicación de un icono precolombino.**

Prendas de vestir/Precio				Bisutería				Útiles escolares				Suvenires / recuerdos			
Artículo	\$	\$	Otro Valor	Artículo	\$	\$	Otro valor	Artículo	\$	\$	Otro valor	Artículo	\$	\$	otro valor
Camiseta de algodón	15	20		aretes	1	2		cuadernos	3	4		llaveros	1	2	
calentadores	45	60		collar	3	5		carpetas	1.50	2		monederos	1	2	
vestidos	40	60		manilla	1	2		agendas	3	5		Porta retratos	4	6	
Faldas	30	50		cinturón	5	7		mochilas	20	30		vasos	1	1.50	
gorras	5	7		anillos	1	2		cartucheras	6	8		Porta vasos	1	1.50	
Uniformes deportivos	15	20		monederos	2	3		lápices	0.50	0.75		Porta lapiceros	1	2	
cinturones	3	5		llaveros	1	2		esferos	0.50	0.75		jarros	2	4	

### 3.2 Inclinación por la adquisición de la compra de los productos con iconografía precolombina

a) Alta    b) media    c) baja

### 3.3 En el momento de adquirir un producto los pagarías:

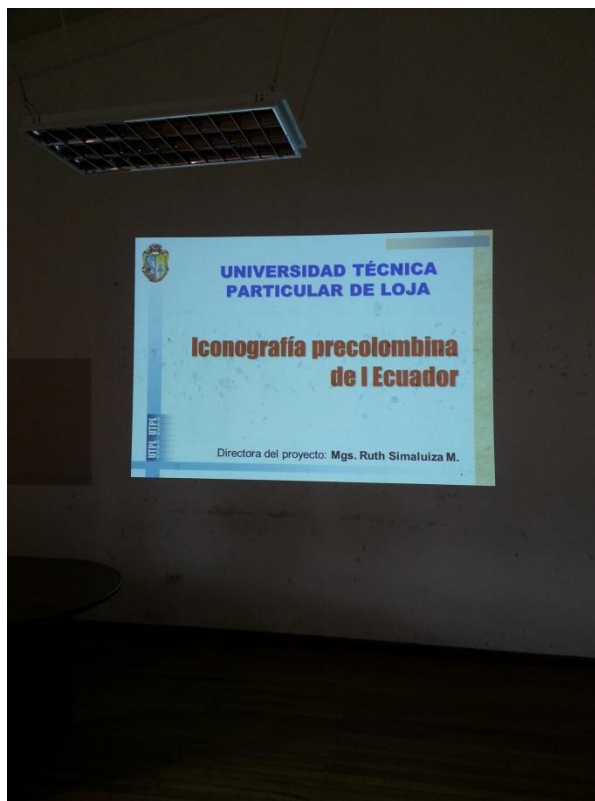
a) Efectivo    b) crédito.

**3.4 Como te gustaría elegir los productos con la aplicación de la iconografía precolombina:**

- a) revista
- b) Internet
- c) Locales comerciales
- d) Visitas a domicilio con muestrarios
- e) Exposiciones en ferias como productos exclusivos
- f) otro:.....

## Anexo No. 8

### Fotografías



Fotografía tomada por: El Autor

## Anexo No .9



Fotografía tomada por: El Autor

**Anexo No. 10**



**Fotografía tomada por: El Autor**

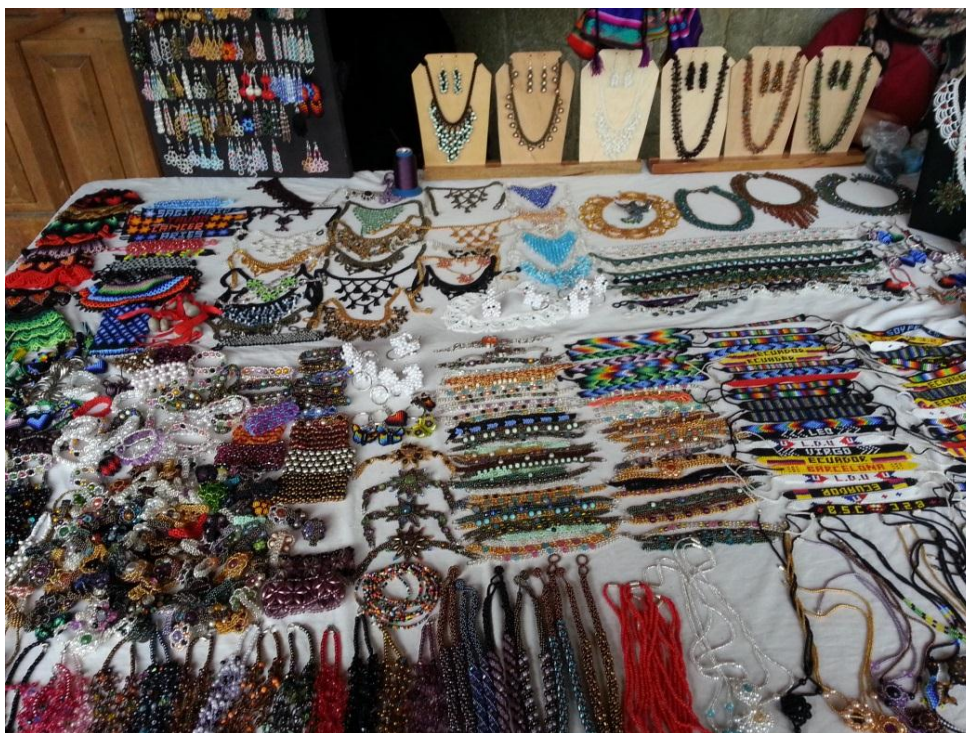
**Anexo No. 11**



**Fotografía tomada por: El Autor**



**Anexo No. 12**



Fotografía tomada por: El Autor

**Anexo No. 13**



Fotografía tomada por: El Autor



**Anexo No. 14**



Fotografía tomada por: El Autor

**Anexo No. 15**



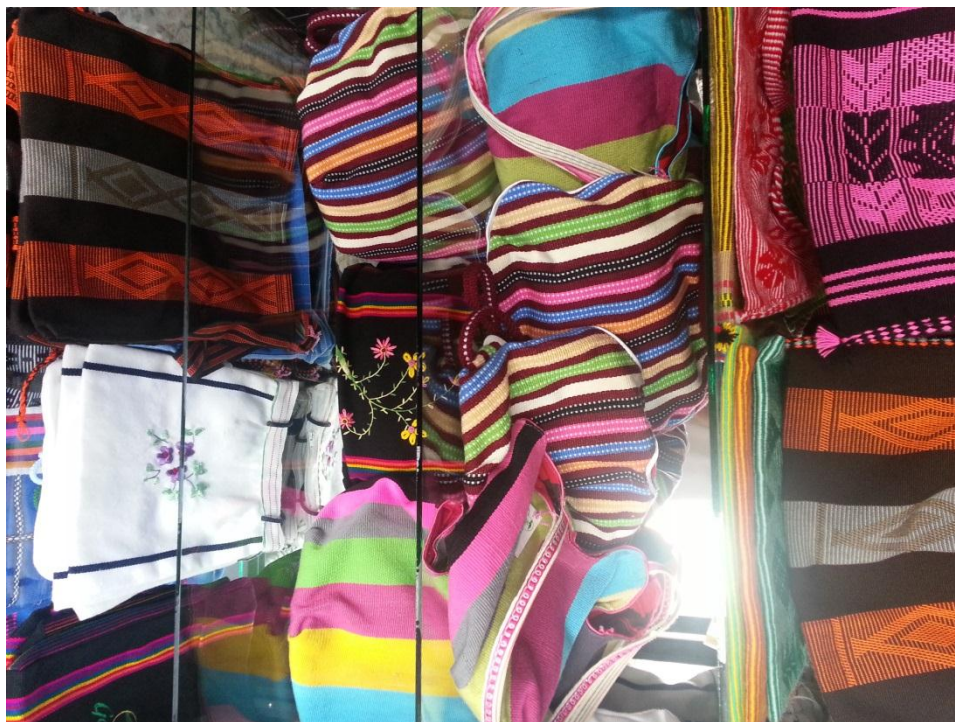
Fotografía tomada por: El Autor

**Anexo No. 16**



Fotografía tomada por: El Autor

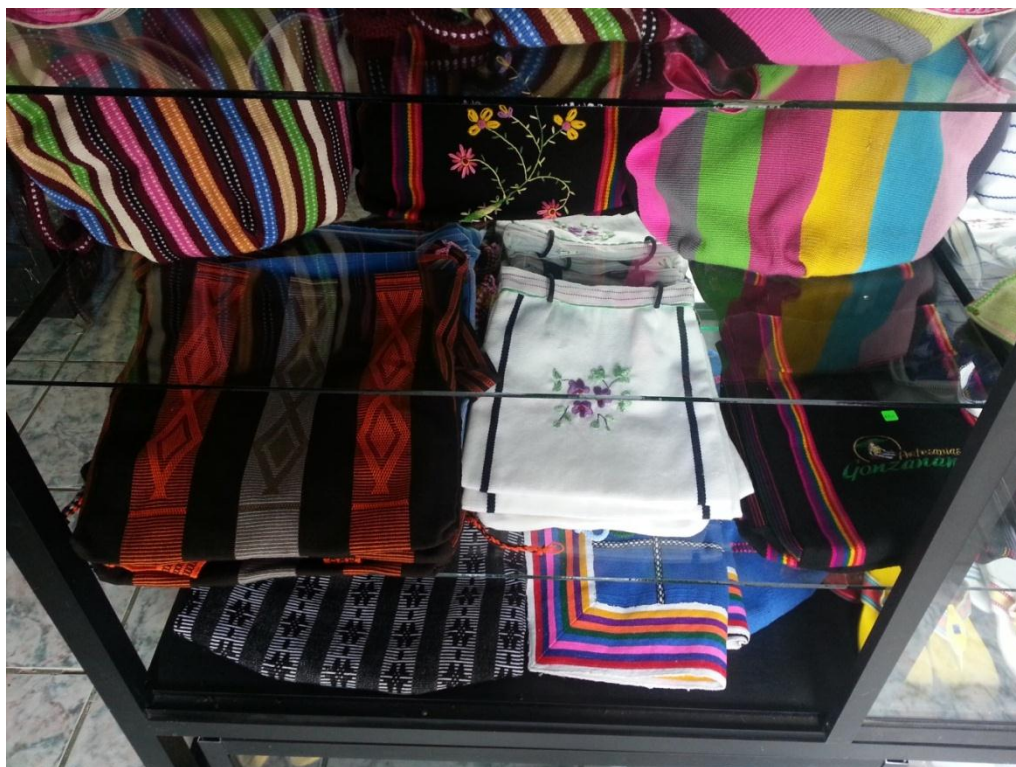
**Anexo No.17**



Fotografía tomada por: El Autor



**Anexo No. 18**



Fotografía tomada por: El Autor

**Anexo No. 19**



Fotografía tomada por: El Autor

