



FACULTAD DE COMUNICACIÓN / DISEÑO GRÁFICO E INDUSTRIAL

APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DEL DISEÑO GRÁFICO E INDUSTRIAL PARA CREAR LA IMAGEN GLOBAL DE LOS ARTESANOS ECUATORIANOS A TRAVÉS DE FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA LOS PROYECTOS DEL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD. (MIPRO)

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de

Licenciada en Diseño Gráfico e Industrial

Profesor Guía

Ing. Patricio Granja

Autor

María Clara Cueva Núñez

Año

2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Patricio Granja
171443286-9

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

María Clara Cueva Núñez
1711600104

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que formaron parte de la educación académica que recibí en la UDLA, especialmente al profesor Patricio Granja, quien ayudó a guiarme en este trabajo de titulación. Es importante también agradecer a las personas del MIPRO que aportaron con información para realizar este trabajo. Agradezco a mis padres, a mi familia y amigos, por estar siempre junto a mi.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a todas las personas que aportaron con su granito de arena para la ejecución de este trabajo de titulación.

RESUMEN

La artesanía en el Ecuador es muy apreciada por el consumidor extranjero y nacional debido a que es una identidad cultural que representa a pueblos, culturas y regiones. Existe una gran variedad de productos que elabora el artesano de forma manual, sin embargo con los avances tecnológicos hay artesanos que elaboran sus productos de forma manual e industrial. Todavía no se pierde la esencia de ser piezas únicas ya que se mantienen vigentes las técnicas ancestrales. El desenvolvimiento de los artesanos en el Ecuador ha tenido un gran crecimiento en la última década, sin embargo todavía no se maneja bien el ámbito de promoción. Es notable que a través del diseño gráfico e industrial se puede llegar a una propuesta en la que los artesanos puedan dar un valor agregado a sus productos. La investigación se realizó en base a la metodología de diseño con un enfoque mixto, entre cualitativo y cuantitativo. Fue importante realizar la investigación para obtener conclusiones y resultados inesperados que ayudaron para desarrollar la propuesta del proyecto. Es evidente que tanto el consumidor como el artesano requieren que los artesanos tengan una identificación o marca para ser reconocidos nacional e internacionalmente.

ABSTRACT

Traditional craftwork in Ecuador is very appreciated by foreigner and national consumers due to the representation of towns, cultures and regions that form a cultural identity. There are a great variety of products that craftsman produce with their hands, although with the technological advances some make their products using their hands and industrial machinery. The production with industrial machinery hasn't taken away the essence of making unique pieces; this is because of the influence craftsman have of ancestral techniques. The development of craftsmen in Ecuador has grown up since the last decade, but the problem is that they don't manage well within the sphere of promotion. It's notable that through graphic and industrial design there is a solution to give an added value to the craftsman products. The research was done using the design methodology with a mixed focus based on qualitative and quantitative results. The research was important for the development of the project because it gave unexpected results that helped elaborate the project's proposal. It's evident that both consumer and craftsman have an identification or brand to be recognized around the world.

ÍNDICE

1. Capítulo I: Desarrollo de los artesanos frente a su vida diaria	1
1.1 Descripción de los artesanos ecuatorianos	1
1.2 Producción de los artesanos	4
1.2.1 Región Costa	11
1.2.2 Región Sierra	21
1.2.3 Región Amazonía	28
1.2.4 Región Insular	28
1.3 Técnicas y Clasificación	28
2. Capítulo II: Desarrollo de ferias nacionales e internacionales	32
2.1 Analizar el concepto de ferias	32
2.2 Desarrollo de las ferias	34
2.3 La productividad de las ferias	38
3. Capítulo III: El diseño gráfico e industrial en las artesanías ecuatorianas	46
3.1 El diseño gráfico y la comunicación	46
3.2 El Diseño Artesanal	50
3.3 Semiología o Semiótica	55
3.3.1 Principios y propiedades del signo	56
3.4 Teoría del Color	60
3.5 Imagen Corporativa	63
3.6 Diseño Industrial	67
4. Capítulo IV: Desarrollo de las artesanías en la actualidad respecto a su comercialización	71
4.1 Población	72
4.2 Investigación de Campo	74
4.3 Instrumentos de Investigación	74
4.3.1 Entrevistas	74
4.3.2 Encuestas	79
4.3.3 Análisis y Tabulación de Encuestas	81
5. Capítulo V: Propuesta	93
5.1 Antecedentes	93
5.2 Concepto y Marca del Logotipo	93
5.2.1 Isotipo	94
5.2.2 Versiones y Escalas de Logotipo	97

5.2.3 Aplicaciones Cromáticas	98
5.2.4 Tipografía	99
5.3 Papelería Corporativa	100
5.3.1 Tarjeta de Presentación	101
5.3.2 Hoja Membretada	102
5.3.3 Sobre Normal	103
5.3.4 Sobre Manila	104
5.3.5 Carpeta Corporativa	105
5.4 Productos Promocionales	106
5.4.1 Carnet Identificativo	106
5.4.2 Tarjetas Coleccionables	107
5.4.3 Postales	109
5.4.4 Agenda	111
5.4.5 Tríptico	112
5.4.6 Calendario	114
5.5 Envase	114
5.6 Stand	117
5.7 Cotización	119
5.7.1 Remuneración Personal	121
5.8 Conclusiones	122
5.9 Recomendaciones	123
BIBLIOGRAFÍA	124
ANEXOS	129

Introducción

Debido a la demanda que existe en el ámbito artesanal del Ecuador, el Ministerio de Industrias y Productividad conjuntamente con la Dirección de Artesanías tienen como objetivo principal realizar y ejecutar nuevos proyectos para el beneficio de los artesanos ecuatorianos. El mundo artesanal dentro del Ecuador está lleno de riquezas, existen varias culturas influyentes, que han hecho mucha historia dentro de este país. Los objetivos principales de este proyecto de titulación son: determinar las características principales de los artesanos ecuatorianos, conocer cómo se manejan las ferias nacionales e internacionales, establecer estrategias de diseño gráfico e industrial aplicables a las artesanías ecuatorianas y analizar la situación actual de los artesanos en el Ecuador. Para concretar los objetivos planteados se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa de la cual se obtuvieron distintas conclusiones constructivas para la ejecución de este proyecto.

Capítulo I: Desarrollo de los artesanos frente a su vida diaria

1.1 Descripción de los artesanos ecuatorianos

El Ecuador ha tenido desde hace milenios una rica producción artesanal alcanzando a dominar una serie de técnicas para la producción de instrumentos de trabajo, bienes utilitarios, decorativos y ceremoniales. Dentro de las cuatro regiones del Ecuador existen alrededor de treinta mil artesanos. La artesanía es una ocupación muy antigua que se ha venido transmitiendo de generación en generación. Por esta razón los habitantes de cada región tienen diferentes costumbres tales como: el idioma, la cultura, la vestimenta y sus artesanías.

“Las expresiones artesanales constituyen como parte integral de la cultura del país, que contribuyen a reforzar su propia identidad y que involucra varias fases en su desarrollo, desde la captación de las materias primas, procesos de elaboración y acabados y su comercialización a nivel nacional e internacional.”¹

Esto implica que los artesanos crean sus productos utilizando altos niveles de mano de obra, técnicas e instrumentos para generar empleo a los medios económicos del sector artesanal. El sector artesanal es muy importante para la productividad ecuatoriana ya que es considerado como la expresión cultural, étnica y costumbrista de un país. Los artesanos contribuyen significativamente al desarrollo económico del país generando puestos de trabajos que hacen viable la producción y comercialización de productos de artesanía. Estos productos tienen una gran demanda por consumidores nacionales e internacionales, así se fomenta a los artesanos a que sigan produciendo.

“La artesanía es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos continuos de forma manual, auxiliado por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas.”² Generalmente la materia prima que utiliza el artesano para crear sus

¹ Política de fomento de Artesanías. www.consejodelacultura.cl/portal/galeria/text/text2655.pdf (03 de noviembre 2010, 18H03)

² Glosario de términos. foro.artesanos.org.mx (03 de noviembre 2010, 19H00)

productos proviene de la región de donde él habita. El dominio de las técnicas tradicionales manejadas por el artesano otorgan a su variada manufactura valores simbólicos y culturales, con el objetivo de representar su identidad a través de distintos productos.

Un artesano es una persona que realiza una variedad de productos hechos por él manualmente con recursos propios de su región, concediendo a cada pieza un valor agregado.³ Los artesanos se caracterizan por usar materiales típicos de su zona de origen para fabricar sus productos. El sector artesanal en el Ecuador tiene una gran relevancia social ya que si se los promociona a un buen nivel, el país podrá ganar mucho económicamente.

A la artesanía se le debe entender como el proceso de producción de bienes con un valor cultural y étnico de identificación ancestral o contemporánea realizada en forma manual en la que se combinan la identidad de su producción cultural. En este proceso se encuentran varias características propias de los artesanos como la creatividad y destreza del artesano, la cultura y el arte popular.

El fortalecimiento de las organizaciones artesanales y gremios fomentan a la producción artesanal capacitando a los artesanos con el objetivo de innovar y mejorar constantemente la calidad de sus productos. Es importante que el sector artesanal se desenvuelva mediante su imagen y identidad para así incrementar su productividad.

En los últimos años este sector ha sufrido una serie de inconvenientes, principalmente derivados del fortalecimiento de los mercados extranjeros, lo que afecta gravemente a los productos artesanales del país. Otro factor importante causante de estos inconvenientes es el atraso en la renovación de procesos productivos y tecnológicos. A causa de estos inconvenientes la producción de los artesanos ecuatorianos ha disminuido ya que no se ha

³ Op.cit 2

tomado en cuenta los estándares de calidad y producción en comparación a la demanda de los mercados internacionales.

La relación diseño-innovación, en el campo artesanal es muy importante. Es conocido que una artesanía con innovación en su diseño, es demandada por quienes conocen y dan valor a la actividad creativa de los artesanos. La innovación se entiende como el aporte de algo nuevo y desconocido en el producto artesanal, esto concede un valor agregado a la artesanía ya que es diferenciada y conlleva la actitud de varios elementos que aportan para su creación.⁴

El economista Washington Vaca encargado de la dirección de artesanías en el Ministerio de Industrias y Productividad comenta que el MIPRO ha realizado permanentes esfuerzos por implementar esta relación de diseño-innovación, obteniendo resultados exitosos; sin embargo, es necesario establecer alianzas de corporaciones institucionales que permitan continuar apoyando a los artesanos del país, con el propósito de obtener productos de artesanía con altos niveles de innovación en diseño y calidad. Es importante también diseñar nuevas estrategias y mecanismos de acción que apunten hacia una nueva política de apoyo y fomento al sistema artesanal, con el objetivo de que los artesanos continúen capacitándose y formen nuevos talleres artesanales a nivel familiar o de grupo, generando mayores niveles de ingresos, consiguiendo su bienestar personal y familiar.

Dentro de los proyectos dirigidos al sector artesanal que ejecuta el MIPRO a través de la Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías, existen componentes dedicados a la capacitación artesanal; en los que se pone hincapié en la relación que debe existir entre diseño-calidad-turismo y artesanía.

El labor artesanal ha sido una constante en la actividad productiva del país. En el Ecuador la actividad artesanal es ejercida por un alto porcentaje

⁴ INFORME MIPYMES Y ARTESANÍAS. mic.gov.ec/images/stories/delministerio. (05 de noviembre 2010, 15:37)

de la población, se considera que existen 600.000 talleres artesanales en los que trabajan aproximadamente 1,800.000 ciudadanos, entre: maestros artesanos, artesanos autónomos, operarios y aprendices de artesanía. Alrededor del 70% de la población ecuatoriana subsiste en forma directa o indirecta gracias a la actividad artesanal.⁵ La mayoría de la población económicamente activa siempre ha estado desarrollando actividades de comercio minorista y de servicios; pero estas actividades no han tenido una orientación adecuada, lo que ha motivado a la práctica de oficios artesanales.

En base a investigaciones realizadas por el Ministerio de Industrias y Productividad, existen 467 sitios de producción artesanal que se desarrollan en diversas provincias del Ecuador.

1.2 Producción de los artesanos

1.2.1 Región Costa

Producción Artesanal en la Costa

Gráfico 1.1

Provincia	Fibras Vegetales	Madera	Balsa	Barro	Loza	Porcelana	Tagua	Cuero	Joyas	Dulces
El Oro	X	X	X	X	X	X				X
Esmeraldas	X	X	X				X			X
Guayas	X	X	X	X	X	X	X			X
Los Ríos				X	X	X	X	X	X	
Manabí	X			X	X	X	X			

Fuente: Dirección de Artesanías MIPRO

La producción artesanal es la fabricación de objetos de manera manual, sin embargo algunos artesanos trabajan de forma manual e industrial, con la finalidad de ayudarse con ciertas máquinas mecánicas para producir su manufactura con facilidad. La producción artesanal se destaca porque nunca se desarrolla una producción en serie, manteniendo los productos únicos e inigualables.

A la artesanía se la conoce como la elaboración de un producto con una identidad cultural, por ende cada región tiene su propia artesanía porque sus culturas o grupos culturales son diversos. En todas las regiones del

⁵ INCAE, Análisis de Competitividad de las Artesanías del Ecuador. Quito, 2001. p.11

Ecuador han existido culturas que con el tiempo han desaparecido y otras que permanecen hasta el día de hoy.

Una de las culturas precolombinas más antiguas del Ecuador habitó en la región costa. Esta cultura conocida como La Tolita nació en la provincia de Esmeraldas y se extendió hasta llegar a Colombia a la Región de Tumaco. En el 500 a. C. apareció La Tolita y en el 500 d. C. desapareció. Los orígenes de La Tolita se vinculan con elementos de culturas de Mesoamérica, aunque también tienen mucha vinculación de otras culturas ecuatorianas tales como la Chorrera.

El arte de La Tolita era en cerámica y en metalurgia. Trabajaban con una arcilla grisácea y arenosa con la que se elaboraron cántaros, jarros, vasos trípodas, ralladores de yuca, y figuras elaboradas que mostraban un notable realismo. Muchas de las figuras elaboradas en cerámica llevaban adornos corporales, estas también se creaban en base a seres míticos. Otra artesanía proveniente de La Tolita fueron los incensarios, eran de gran tamaño y semejantes a los que se encontraban en Mesoamérica. Realizaban también trabajos en piedra, utilizaban piedras semipreciosas para la elaboración de sus joyas en oro y plata. La artesanía que caracteriza a La Tolita fue la orfebrería ya que fueron los primeros en trabajar el platino y fueron difundiendo sus técnicas de metalurgia en Centroamérica.

Máscara de La Tolita



Figura Abstracta de La Tolita



Piezas de cerámica precolombinas



Fuente: <http://www.alexandraigoyen.com/Arqueologiaclasica/cultura-la-tolita-20.jpg>
<http://www.edufuturo.com/gettm.php?s=14434.pag-140-Tolita.jpg&x=170&y=232>
<http://edgarlowen.com/b5097.jpg>

En la región de la costa ecuatoriana existen tres culturas que aún están presentes, Chachis o Cayapas, Los Awa, y los más conocidos; Colorados o Tsáchilas.

Los Chachis, también conocidos como Cayapas, están ubicados al oeste de la provincia de Esmeraldas, cuentan con una población de cuatro mil personas; su territorio corresponde a una zona tropical rodeada por varios ríos como el Cayapa, Santiago, Onosle y Canandé. “De acuerdo a su tradición son originarios de la provincia de Imbabura de donde huyeron a causa de las conquistas incásica y española siendo guiados por sus sabios o brujos a su lugar actual.”⁶ Tradicionalmente vivían de la agricultura, la caza y la pesca. Hoy en día se ven amenazados debido a las empresas de maderas existentes en sus territorios ya que contaminan los ríos, se tala indiscriminadamente el bosque y la fauna desaparece. Esta situación ha obligado a los Chachis a formar parte de las empresas madereras y venderles su mano de obra.

Los Chachis tienen influencia mestiza y negra pero a pesar de esto, siguen hablando su lengua tradicional, chapalachi, sin embargo, hoy en día la gran mayoría de Chachis ha cambiado su forma de vestir, han dejado lo tradicional por las tendencias de la cultura occidental. Las artesanías que se elaboran dentro de esta cultura son objetos de madera (instrumentos musicales, canoas) confeccionan tallas y juguetes de madera de chonta, ollas de barro, cestas, canastas, esteras, y abanicos. La mujer Chachis elabora las cestas, canastas, esteras y abanicos en base a fibras vegetales extraídas de su propio territorio.

Mujeres de la cultura Chachis tejiendo en fibras vegetales



Fuente: http://www.verdemilenio.org/img/ecuador/chachis_.jpg

⁶ BENÍTEZ, LILYAN, GARCÉS, ALICIA, Culturas Ecuatorianas Ayer y Hoy, ABYA-YALA. 1998. p.114

Los Awa conocidos también como Coaiquer se encuentran ubicados al noroccidente del Ecuador, entre los ríos Mira y San Juan en la provincia del Carchi. Además hay comunidades Awa que habitan en la provincia de Imbabura, Esmeraldas y en Colombia. En el Ecuador tienen una población aproximada de 1000 personas en Carchi y 600 en San Lorenzo, ubicado en Esmeraldas.

Los Awa subsisten mediante la agricultura itinerante, la caza, pesca, la recolección y la venta de fuerza de trabajo a los colonos para el desbroce de la montaña. “En la actualidad, debido al asedio constante de los colonos, se han organizado en centros, que son una forma de organización socio-jurídica reconocida por el Estado, lo que les permite una mayor agilidad para la legalización de sus tierras.”⁷ Los centros están gobernados por el Cabildo, el Presidente, Vicepresidente, Secretario, etc. Esto ha provocado que se altere mucho la organización tradicional de los Awas. Los productos artesanales que elaboran los Awa son muy similares a los artículos realizados por los Chachis.

Cultura Awa



Fuente: <http://assets.survivalinternational.org/static/lib/img/gallery/awa.jpg>
http://assets.survivalinternational.org/static/lib/img/gallery/Image_Galleries/awa.jpg

Un hombre de la cultura Awa produciendo artesanías



Los Tsáchilas se encuentran ubicados al suroeste de la provincia de Pichincha, en la parte central de Santo Domingo. La población actual de esta cultura es de 2000 personas distribuidas en las comunidades de Chihuilpe, Cóngoma, Peripa, Poste, Bua, Otongo Mapalí, Taguaza y Naranja Pupusa. El

⁷ Op.cit 6. p. 120

pueblo Tsáchila esta organizado en base a la familia, y subsiste de la agricultura, caza, y pesca.

El cantón de Santo Domingo tuvo un fuerte crecimiento económico debido al área del comercio. Hoy en día muchos de los Tsáchilas se dedican a la comercialización de ganado, banano y frutas tropicales, dejando a un lado sus tradiciones. A pesar de los cambios existentes en esta etnia su lengua natal tsafiqui, se conserva como dialecto de la comunidad, sin embargo hablan castellano para comunicarse con otras culturas. Los Tsáchilas expresan su cultura mediante la fabricación de sus artesanías, elaboran lo mismo que los Chachis pero utilizan sus propios signos, símbolos y colores que los representan.

Cultura Tsáchila



Un curador Tsáchila



Mujer de la cultura Tsáchila tejiendo en fibras vegetales



Fuente: http://redced-ec.relpe.org/files/images/colarado1_0.jpg
<http://vulcanusweb.de/dialogando/Shamanes/tsachila-limpia.jpg>
<http://3.bp.blogspot.com/A8/MMnf9IXo/s400/tsachila+3.jpg>

Las culturas pertenecientes a la región costa han influenciado mucho al sector artesanal de la costa ya que la gran mayoría trabaja bajo el prestigio de sus antepasados.

En la región costa existen 132 sitios, donde se vive de la producción artesanal. En la provincia de El Oro existen 15 sitios distintos en el cual se producen artesanías, estos sitios están ubicados dentro de Machala, Zaruma, Piñas, y Jambelí. Machala la capital de la provincia es conocida como la Capital Mundial del Banano, ya que desde allí se importa el banano a todo el mundo. Las artesanías más representativas de El Oro son zapatos de cuero y conservas de frutas; es importante recalcar que la provincia de El Oro es una

provincia fronteriza, por ende tiene amplias vías de comercialización hacia el Perú.

Sandalias de cuero



Conservas de frutas



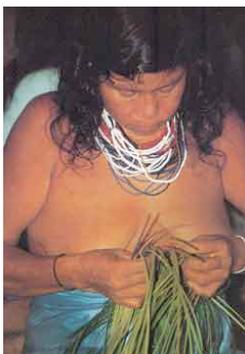
Sandalias de cuero talladas



Fuente: : <http://www.comertia.com/comertiafiles/4299.jpg>
http://amorfar.com/wp-content/plug/00c4d_conservas-de-frutas.jpg
<http://www.bellezaatuspies.com.ar/sandalias/imgs/ArtCueroLabrado.jpg>

En la provincia de Esmeraldas existen 23 sitios donde se vive en forma directa o indirecta de la producción artesanal. Esta provincia es conocida por su ambiente tropical y la gracia del ballet afro-ecuatoriano. Gracias a la diversidad de paisajes dentro de las diferentes ciudades de la provincia, la artesanía que se practica en Esmeraldas es única. Este tipo de artesanías representantes de Esmeraldas son conocidas como: talla de coral negro, tela de árbol (damahagua), cestería de rampira y instrumentos musicales, tales como la marimba.

Tejiendo en rampira



Instrumento musical: marimba



Aretes elaborados en coral negro



Fuente: http://www.terraecuador.net/revista_6/6_foto_subir.jpg
http://images01.olx.com.mx/ui/1/71/10/42507110_1.jpg
http://lh5.ggpht.com/_VK9PYQJL/3813ix/PendientesdeAzabacheCoralNegro.jpg

25 sitios de producción artesanal se encuentran ubicados en la provincia del Guayas, puerto principal del país, por donde se canaliza la gran parte de la economía nacional. En esta reconocida provincia llena de diversidad cultural, existe una gran variación de productos artesanales, Sus productos artesanales más conocidos son: tejidos en lana, paja toquilla,

mimbre, orfebrería, cerámica, muebles elaborados en palo de vaca y guayacán, zapatos de cuero, hojalatería, juguetería, y trabajos en cera.

Mubles confeccionados en mimbre



Hojalatería



Muebles elaborados en palo de vaca



Fuente: http://www.urbanity.biz/albums/pics/vittorio_bonacina6.jpg
<http://vnovillo.iespana.es/diego6.JPG>
<http://imagenes.acambiode.com/empresas/4/1/0/5//productos/mesaguayacan.jpg>

Los Ríos, una provincia interceptada por muchos ríos, tal como su nombre lo menciona, es reconocida por sus balnearios naturales y puertos fluviales. Dentro de la provincia de Los Ríos solamente existe producción artesanal en 4 lugares: Babahoyo, Quevedo, Ventanas, y Catarama. Las artesanías más representativas de esta provincia son los objetos o productos hechos en tagua.

Collares fabricados en tagua



Anillos de tagua pintados



Figuras hechas en tagua



Fuente: <http://rosariosbyingling.com/images/tagua.jpg>
http://www.artesanum.com/upload/postal/7/1/1/1/anillos_en_tagua-1-4952.jpg
<http://www.artoctono.coltiendas.com/images/Libelulas/tagua000.JPG>

La provincia de Manabí conocida por : “Gente luchadora y trabajadora que se dedica a confeccionar una variada artesanía, entre las que se destacan las elaboradas con la paja toquilla para moldear sombreros, bolsos, muebles etc. y las réplicas de arqueología precolombina en cerámica.”⁸ En la provincia de Manabí existe también diversidad cultural por eso es que sus artesanías son muy distintas en comparación a otras. Existen 65 sitios en Manabí donde se producen artesanías de diferentes niveles.

⁸ Manabí. www.ecuaworld.com.ec/manabi.htm (16 de mayo 2010, 17h01)

Las artesanías que representan a la provincia de Manabí son: tejidos en paja toquilla, en mimbre, yute, cabuya, carrizo y mocora, muebles de guayacán, talla de tagua, talabartería, replicas en cerámica de figuras precolombinas. Los productos artesanales que más se elaboran en la costa son de fibras vegetales, barro, loza, porcelana y tagua.

Tejiendo fibras vegetales



Piezas elaboradas en cerámica



Producto elaborado en barro



Fuente: <http://www.ebrisa.com/portalc/media/media-S/images/00017917.jpg>
<http://www.kalipedia.com/kalipediamedia/historia/media/hisperu/SCO.jpg>
<http://soloraes55.files.wordpress.com/2009/09/111.jpg>

1.2.2 Región Sierra

Producción Artesanal en la Sierra

Gráfico 1.2

Provincia	Fibras Vegetales	Madera	Balsa	Barro	Loza	Porcelana	Textiles y Tejidos	Cuero	Joyas	Dulces
Azuay	X			X	X	X	X	X	X	X
Bolívar	X	X	X	X	X	X	X			
Cañar	X	X	X	X	X	X	X			
Carchi				X	X	X	X			
Chimborazo	X	X	X					X		
Cotopaxi				X	X	X	X	X		
Imbabura	X	X	X	X	X	X	X	X		
Loja		X	X	X	X	X	X		X	X
Pichincha	X	X	X	X	X	X				X
Tungurahua	X	X	X	X	X	X	X	X		

Fuente: Dirección de Artesanías MIPRO

En la sierra existen varias culturas con pensamientos e ideas distintas que forman parte de la identidad del país, manteniendo costumbres y tradiciones elaboran sus productos artesanales en base a su respectiva cultura.

La sierra tuvo mucha influencia de la cultura Inca. Los Incas fueron una cultura andina que tuvo origen en Cuzco, Perú a finales del siglo XIV. Lograron gran fortaleza y organización política, social y económica. El dominio artesanal que tuvieron los Incas permanece hasta el día de hoy en los productos artesanales fabricados en la sierra. La artesanía Inca se destaca

principalmente por sus objetos hechos de cerámica, sus tejidos en fibras vegetales, su técnica metalúrgica y sus esculturas realizadas en piedra.

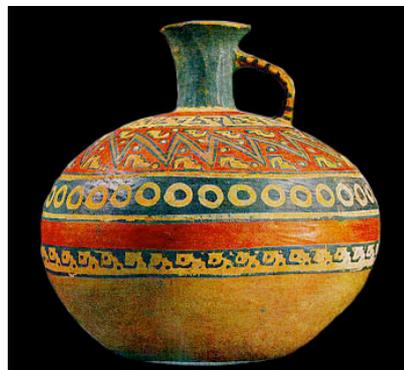
Figura elaborada en piedra y metal



Piezas Incas hechas en metal



Cerámica incaica



Fuente: <http://www.artesanum.com/upload/postal/11/6/miselanias-1-2093.jpg>
http://www.kalipedia.com/kalipedia/media/historia/media/200806/06/hisperu/20080606klphishpe_41_les_SCO.jpg
http://3.bp.blogspot.com/_365CdUAicJc/R4QdRl/AAbU/HEd0KT-IT0w/s400/1.jpg

La provincia del Azuay ubicada al sur del país, habitada por gente poética y creativa, que por su habilidad se ha destacado por su afamada y variada artesanía que atrae a varios turistas dentro y fuera del país. Cuenca, la capital de Azuay es llena de magia, dentro la ciudad existe mucha historia pre-inca y colonial.

“Trajes bordados en mil colores que usa su gente típica, dan tinte al ambiente, a las calles y mercados de sus poblados, en donde moldean el barro para hacer objetos decorativos y caseros pintados con finísimo gusto y tejen la paja para hacer sombreros blancos que son solicitados en todo el mundo con el nombre equivocado de "Panama hat", pero acertado por la calidad de su confección.”⁹

El “Panama hat” es un producto artesanal exclusivamente cuencano conocido alrededor del mundo por su buena calidad, se podría considerar como la artesanía más famosa de la provincia del Azuay.

Las artesanías que se producen en la provincia del Azuay son: orfebrería en oro y plata, talabartería, dulces tradicionales, instrumentos musicales, muebles de madera torneada, hierro forjado, hojalatería, objetos en lámina metálica de bronce, vitrales, vidrio soplado, cerámica esmaltada, alfarería, trabajos en madera de guayacán y en mármol, volatería y fuegos pirotécnicos, tejidos en paja toquilla, en fibra, cabuya, paja de trigo, paño,

⁹ Azuay. www.ecuaworld.com.ec/azuay.htm (16 de mayo 2010, 17h17)

carrizo, bordados, y tela de caucho. Dentro de esta provincia existen 49 sitios con una gran variedad de productos artesanales.

Fibras vegetales: paja toquilla



Sombrero confeccionado en paja toquilla



Bordado típico de la provincia



Fuente: http://i.treehugger.com/files/th_images/panama%20hats.jpg
http://images01.olx.com.ec/ui/1/43/70/13864370_1.jpg
<http://www.tsaitami.com/Imagenes/Fotos/PaquetesReceptivo/bordados.gif>

Bolívar, una provincia rodeada de montañas llena de tranquilidad y paz cuenta con varios lugares artesanales como: Chimbo, San José de Chimbo, y Chillanes, donde se construyen instrumentos musicales, textiles y tejidos. En esta provincia los grupos étnicos por lo general toman el nombre del lugar que ocupan, Guarandas, Simiatug, Guanujos, Casaichis, Cachisahuas, Picarpampas, Vinchoas, Cashiapampas, Facundos, Gradas, Rayos y Oros.

Su economía esta basada en la agricultura y es complementada con trabajos en la agroindustria, también realizan artículos artesanales para fomentar a su economía. En la provincia de Bolívar existen 5 sitios donde se producen artesanías, las artesanías que más se practican en Bolívar son: talabartería, tejidos de lana, instrumentos musicales, cerámica, armas de fuego y pinturas artísticas.

Talabartería



Prendas de cuero



Poncho tejido en lana



Tapiz de lana



Fuente: http://tagsa.files.wordpress.com/2009/05/img_1395.jpg
<http://bligoo.com/media/users/0/33173/images/talabarteria.jpg>
<http://galen-frysinger.com/graphics/ecuador9.jpg>
<http://www.textilesnativos.com.ar/tejidos/rusticosg.jpg>

Azogues la capital de la provincia de Cañar tiene una gran riqueza indígena y cultural.

“Muros de piedra almohadillada, que los indígenas han dejado, demostrando su avanzada cultura y estrategia militar, son los testimonios y ruinas arqueológicas mas importantes que el país y la provincia conservan, el "Castillo de Ingapirca", donde los incas querían desarrollar otra capital de su imperio "El Tahuantinsuyo", pero con la llegada de los conquistadores españoles, quedó inconclusa ésta importante construcción, alrededor de un curioso paraje campesino semi-agreste, que atrae mucho al turismo nacional e internacional.”¹⁰

Dentro de la provincia de Cañar se concentra mucho el turismo por las ruinas incas. La cultura perteneciente a esta provincia son Los Cañaris, se destacan por la fabricación de tejidos de ponchos, chalinas, cobijas, y fajas, sin embargo también se los conoce por su artesanía hecha en cerámica.

El sector artesanal de Cañar se desarrolla en 48 lugares distintos produciendo artesanías de orfebrería en plata, alfarería, tallado en piedra y mármol, tejidos en paja toquilla y lana, y bordados. La artesanía más representativa de la provincia de Cañar es el tejido en paja toquilla y los bordados.

Tejiendo sombrero de paja toquilla



Tejido de fibras vegetales



Bordado



Alfombra de paja toquilla



Fuente: http://lh6.ggpht.com/_byfun9yRAKg/S53ArtesaniaSombrerosPajaToquilla.jpg
<http://www.regmurcia.com/servlet/integra.servlets.Imagenes300.jpg>
<http://www.elmercurio.com.ec/wp-content/uploads/2009/10/1-1B-AZD.jpg>
<http://www.telaresmaby.com.ar/lmg/SCC4.jpg>

En la provincia de tierra fría rodeada de páramo, Carchi, existen 12 sitios donde se producen artesanías. A pesar del clima que caracteriza a esta provincia los habitantes son alegres y luchadores. La capital, Tulcán, se distingue por su arquitectura popular con calles amontonadas, por sus

¹⁰ Cañar. www.ecuaworld.com.ec/canar.htm (16 de mayo 2010, 18h10)

ventas y su activo comercio semanal. Las artesanías más representativas de esta provincia de tierra fría son: tejidos de lana, talabartería y curtiembres de cuero.

Prenda confeccionada en cuero



Máquina para realizar productos de cuero



Productos elaborados en cuero



Fuente: <http://www.emilioalal.com.ar/1curtiembre/curtiembre4-1.jpg>
<http://filomena.blogspot.es/img/cuero1.jpg>
<http://imagenes.acambiode.com/empresas/3/8/5/48656/productos/Alfombra.jpg>

Llena de valles con sembríos de colores se encuentra la provincia de Chimborazo. A esta provincia llena de vida se la conoce principalmente por su cumbre nevada, Chimborazo a 6310mts de altura. Es una provincia donde hay mucho turismo debido al nevado y a sus trenes que circulan diariamente por su provincia con destino oficial a la “Nariz del Diablo”. La capital de la provincia del Chimborazo es Riobamba brinda varias avenidas y parques con una arquitectura conservada.

La provincia del Chimborazo cuenta con una población aproximada de 250,000 indígenas pertenecientes a diferentes grupos étnicos: Cachas, Lictos, Coltas, Calpis, Pulacates, entre otros. “Las comunidades del sector de Cacha son muy conocidas por sus tejidos de lana que en la actualidad los están comercializando, con lo que se han ido introduciendo nuevas materias primas y diseños que son ajenos a los tradicionales.”¹¹

El sitio artesanal más reconocido de la provincia de Chimborazo es: “Guano, donde se tejen las alfombras como una sinfonía andina, dando formas y colorido a la lana del noble borrego.”¹² Sin embargo existen 33 sitios donde se producen varias artesanías que provienen de la provincia de Chimborazo, tales como: alfombras de lana, fundición en bronce, bordados,

¹¹ Op.cit 6. p.169

¹² Chimborazo. www.ecuaworld.com.ec/chimborazo.htm. (16 de mayo 2010,18h33)

calzado de cuero, tejidos en totora y lana, juguetería en madera, talla de tagua, corozo, alfarería, y cerámica.

Alfombra elaborada en lana



Ornamento de bronce



Muebles tejidos de totora



Fuente: http://www.delartesano.com.ar/cache/87/id_7487_w_400.jpg
<http://images03.olx.com.ec/ui/muebles-de-totora247.jpg>
<http://www.tlapitzalli.com/ehecat192/pame/fcarrizo.jpg>

Llena de paisajes majestuosos, junto a su principal atractivo, el volcán Cotopaxi, se encuentra la provincia de Cotopaxi. Existen varias comunidades indígenas que forman parte de esta área. Las comunidades del páramo más alejadas de la ciudad son las que conservan una mayor identidad cultural. Las culturas con mayor identidad son conocidas como: Zumbahua, Guagaje, Guayama, Moreta, Apahua, Maca Grande, Tigua, Salamalag, Cachi, Jigua, Cusubamba, Allpamalag, etc. “Estas comunidades viven básicamente de la agricultura, la complementan con la cría de ovejas y en los últimos años con trabajos artesanales como la pintura sobre borrego y la elaboración de cestas de paja.”¹³ Sin embargo en la provincia de Cotopaxi existen solamente 8 lugares donde se práctica la artesanía; los productos de mayor elaboración dentro de la provincia son: talabartería, alfarería, cerámica, talla de madera, pinturas sobre cuero, caretas de papel, máscaras de madera, cometas de papel, flautas de hueso, tejidos en totora, cabuya, lana, paja, volatería y fuegos artificiales.

¹³ Op. Cit 6. p.165

Flautas de hueso



Máscara elaborada en madera



Caretas de papel



Fuente: <http://www.soundcenter.it/images/flauti-ossograndi.jpg>
<http://masksmarket.com/images/16.jpg>
http://1.bp.blogspot.com/_NQjc/s400/mascaras.jpg

En Imbabura, conocida como la Provincia de los Lagos, se desarrollan varios productos que representan con claridad a la artesanía ecuatoriana.

“Límpidos lagos regados por doquier, entre verdes montañas, tupidos bosques y amplios valles que dan paso al indígena labrador, que no solo cultiva su fértil tierra, sino que demuestra su habilidad artesanal, en las ferias y mercados especialmente de Otavalo, donde se reúnen en la plaza del Poncho todos los fines de semana, dando un espectáculo de tradición y colorido, envuelto con la gente de otras tierras que visita la zona en busca de folcklore y artesanías.”¹⁴

Existen varios poblados artesanales en la provincia de los Lagos, San Antonio, Cotacachi, Zuleta y Otavalo, cada lugar tiene su magia representativa del Ecuador. En estos poblados se desarrollan principalmente artesanías de cuero, textiles, tallados en piedra y madera entre otros.

En esta área del Ecuador habitan varios grupos étnicos. Los más conocidos son los Otavalos, Natabuelas y Caranquis. Su economía se fundamenta en la venta de productos artesanales y en la práctica de la agricultura. Se considera que Imbabura es la provincia donde más se desarrolla la producción artesanal; existen 98 sitios distintos donde se producen artesanías. Son artesanos hábiles que mantienen sus costumbre y tradiciones.

En Imbabura existe una gran producción artesanal de bordados, tejidos de cabuya, totora, yute, lana, candelabros de bronce, tallados en madera y piedra, curtiembre de cuero y moldeado de cerámica y barro. Hay una gran cantidad de tejedores que utilizan telares artesanales, sin embargo hoy en día varios artesanos tienen fábricas con máquinas modernas. “Esta

¹⁴ Imbabura. www.ecuaworld.com.ec/imbabura.htm (17 de mayo 2010, 19h56)

modernización ha dado lugar a un aumento en la productividad, pero también, a la introducción de fibras sintéticas en vez de la lana de ovejas y a la pérdida de diseños originales, de alto valor simbólico, que han sido reemplazados por motivos foráneos.”¹⁵ Algunos grupos étnicos, especialmente los Otavalos se dedican al comercio dentro y fuera del país, siendo esta la causa principal de la innovación en sus tradiciones y en su producción artesanal.

Tejidos autóctonos confeccionados en lana. Típico de la provincia de Imbabura



Fuente: María Clara Cueva

Cerca de la provincia del Azuay se encuentra la provincia de Loja, donde se conservan sus costumbres y tradiciones mediante su comida, celebraciones religiosas, y el folklore que se vive dentro de la comunidad de los Saraguros. A la comunidad de los Saraguros se la conoce también por su hábil artesanía en cuero, madera, metal, y textil bordado. Alrededor de la provincia de Loja existen 12 lugares en los que se producen artesanías de diferente calibre. Las principales artesanías que se desarrollan en la provincia de Loja son: talabartería, joyería en oro y plata, tejidos de lana, bordados, cerámica, dulces y muebles tallados.

Saraguro



Dulces de la región



Pieza elaborada en cerámica



Fuente: http://1.bp.blogspot.com/_LB12a/artesanos_artesantias_ceramica_telar.bmp
<http://www.bienaldearteindigena.org/jpgs/men-19-2.jpg>
<http://tortas.name/wp-content/uploads/2009/08/figura-de-mazapan.gif>

¹⁵ Op.cit 6. p.161

La capital del Ecuador, Quito, se encuentra situada en la provincia de Pichincha. “Provincia llena de fértiles y hermosos valles de clima primaveral, en donde se encuentran pintorescos poblados que manchan de blanco el fondo verde que entapeta toda la región.”¹⁶ La provincia de Pichincha atrae a muchos turistas por su paisaje único, sus montañas que la rodean, su gente cordial y amable, sus leyendas y tradiciones. Dentro de la capital se encuentra la Mitad del Mundo, la Virgen del Panecillo, y el centro colonial que es uno de los más antiguos de América, por lo que llama mucho la atención.

Existen varios grupos que mantienen vigentes muchos aspectos de las culturas indígenas y otros que son influenciados por las culturas mestizas. Los grupos que mantienen aspectos de la cultura indígena se ubican fuera de la ciudad, estas son Cayambes de Pesillo, Cayambes de Cangahua, entre otros; viven primordialmente de la actividad agrícola. Las comunidades influenciadas por las culturas mestizas se encuentran cerca de Quito, las principales son: Llano Grande, Llano Chico, Calderón, Zámbriza, y Limbizi.

El sector artesanal de la provincia de Pichincha es muy variado y distinto ya que existen muchos artesanos que vienen de su respectiva provincia a comercializar sus productos. Actualmente existen 12 sitios donde se producen artesanías en Pichincha. Los productos artesanales más representativos de Pichincha son: dulces tradicionales, figuras de mazapán, velas decorativas, hierro forjado, muebles tallados, curtiembres de cuero, tejidos en crin de caballo, instrumentos musicales, volatería y fuegos pirotécnicos, bordados, talla de la piedra, la madera, y la balsa.

¹⁶ Pichincha. www.ecuaworld.com.ec/pichincha.htm (17 de mayo 2010, 20h50)

Nacimiento elaborado en mazapán



Mazapán



Produciendo en madera Tallado en piedra



Fuente: http://images01.olx.es/ui/2/59/11/19465811_1.jpg
<http://www.aldorinternet.com/amillano/argazkiak/talla/talla9.jpg>
<http://www.edufuturo.com/getIm.php?s=32330.shigras.jpg&x=150&y=150>
http://images03.olx.cl/ui/2/69/48/21716148_1.jpg

La provincia de Tungurahua conocida como el punto central del país tiene un gran movimiento de comercialización. En la provincia de Tungurahua se encuentra el volcán Tungurahua. Esta provincia también es conocida por sus múltiples atractivos turísticos, como sus cascadas y sus aguas termales. Los principales grupos étnicos de esta provincia son los Salasacas, Chibuelos, Quisapinchas, Pilahuínes, Píllaros y Pasas.

Muy cerca de Tungurahua se encuentra la comunidad Salasaca, principalmente conocida por sus tejidos y su folklore de sus Danzantes de Corpus Cristi. El sector artesanal de Tungurahua es reconocido por sus productos elaborados diariamente, tales como: tejidos en lana, cabuya, zapatería, talabartería, orfebrería, tapices en lana, volatería, fuegos pirotécnicos, y instrumentos musicales. En la provincia de Tungurahua existen 20 sitios donde se producen artesanías de distintos niveles.

Bolsos de fibras vegetales



Orfebrería de plata



Orfebrería de oro



Fuente: <http://www.colombia.travel/es/images/stories/artesantias/orfebreria.jpg>
<http://mpfiles.com.ar/images/shuar2.jpg>
http://2.bp.blogspot.com/_wV3bNfULmoA/R2wB6/s0/ArtesaniasShuar11.jpg

En la región sierra existen 297 sitios donde se producen artesanías. Se considera que los productos artesanales más elaborados en la Sierra son

tejidos, objetos de barro, loza y porcelana, y objetos de fibras vegetales.¹⁷ La artesanía en la sierra es de gran variedad ya que dentro de las diez provincias existen varias culturas que expresan su identidad cultural a través de su artesanía.

1.2.3 Región Amazonía

Producción Artesanal en la Amazonía

Gráfico 1.3

Provincia	Fibras Vegetales	Madera	Balsa	Barro	Loza	Porcelana	Textiles y Tejidos	Cuero
Morona Santiago		X	X	X	X	X		
Napo	X	X	X				X	X
Orellana							X	
Pastaza		X	X	X	X	X	X	
Sucumbíos				X	X	X	X	
Zamora Chinchipe	X	X	X	X	X	X		

Fuente: Dirección de Artesanías MIPRO

En la amazonía, región más conocida como oriente, existen siete provincias rodeadas de la selva ecuatoriana. Cada una de ellas representando su identidad a través de su cultura hacen que la región amazónica sea única. Al igual que la identidad cultural de esta región la artesanía que se produce en la amazonía es única.

Existen varios grupos étnicos que forman parte de esta influencia cultural dentro de lo que es producción artesanal. Las comunidades indígenas más representativas del oriente son los Quichuas del Oriente, Shuar, Achuar, Cofán, y Huaorani. Algunos de estos grupos étnicos habitan en distintas provincias, otros permanecen solamente en su lugar de origen. Los Quichuas del Oriente se encuentran ubicados en la provincia de Napo y Pastaza entre los ríos Putumayo y San Miguel. Cuentan con una población de 60,000 personas. “Las mujeres quichua de la provincia de Pastaza son hábiles artesanas de la cerámica; elaboran una gran variedad de piezas que decoran con diseños de alto contenido simbólico.”¹⁸

¹⁷ Economista Washington Vaca. Dirección de Artesanías MIPRO.

¹⁸ Op.cit 6. p.179

Por otro lado la comunidad Shuar habita en tres provincias, Morona Santiago, Zamora Chinchipe y en al sur de Pastaza. La comunidad Shuar es también conocida como Jíbaros, lo cual rechazan por los términos connotativos que tiene esta palabra; se autodenominan Untsuri Shuar (gente numerosa), o Muraya Shuar (gente de colina). La cultura Shuar cuenta con una población de 40,000 personas, mantienen vigentes sus tradiciones ancestrales, sin embargo con el tiempo han experimentado varios cambios por los cuales han tenido que dejar a un lado sus costumbres y tradiciones.

Hoy en día a la comunidad Shuar se la conoce como la Federación Shuar, sin embargo, su artesanía sigue siendo muy propia; elaboran tejidos con semillas y plumas, trabajan también con el arte textil de fibras vegetales, aunque su especialidad dentro de la producción artesanal es la cerámica que se comercializa en el mercado nacional e internacional. La comunidad Shuar comparte muchas características culturales con los Achuar. Son muy parecidos entre si, su única diferencia es su nombre y el lugar donde habitan. Los Achuar actualmente viven en la provincia de Morona Santiago y Perú.

Shuar elaborando artesanías



Aretes realizados de distintas semillas



Objeto de cerámica



Fuente: http://static.zoomr.com/images/3427142_797306f398.jpg
http://www.ecuador-vip.com/vip/Fotos_vip/JD_COFAN.jpg
<http://www.bolsamazonia.ec/inlinelimages/canastocofan.jpg>

Los Cofanes son originarios de la provincia del Napo, tuvieron su asentamiento tradicional entre los ríos Aguarico, San Miguel, y Guanúes. En la actualidad son aproximadamente 600 Cofanes. Su economía es autosubsistente ya que viven de la caza, pesca, y de la recolección. Debido a la modernización su producción artesanal ha incrementado desarrollando manufactura donde emplean elementos de la flora y fauna silvestre.

“El pueblo cofán, se ha distinguido secularmente por su habilidad y creatividad en la elaboración de artesanías. La artesanía cofán se la puede dividir en utilitaria y decorativa, dependiendo del uso que se les de, estas artesanías se elaboran a partir de materiales que se encuentran en el mismo medio como madera, plumas, pepas y fibras vegetales, etc.”¹⁹

Se considera artesanía utilitaria a todos los productos que fabrican para su casa, camas, bancos, mesas, fogones, hamacas, abanicos, canastos, bateas, entre otros. Por otra lado las artesanías decorativas son collares, pulseras, coronas y todas las que utilizan plumas de aves, colmillos de animales, semillas vegetales, chambira, palo de cañabrava y otros elementos provenientes de su flora y de su fauna.



Fuente: http://cofan.es.files.wordpress.com/2008/11/dsc_0032.jpg
<http://www.dicyt.com/data/27/15527.jpg>
http://2.bp.blogspot.com/_0p-vCso/zFcD3R/s320/pulseras+semillas.JPG

Otra comunidad de gran importancia que habita en la región amazónica es la Huaorani. Aproximadamente quinientos Huaorani viven en un territorio de 20.000km² que se extiende desde el norte del río Napo hasta el Villano y Curaray. En la actualidad, la mayor parte de Huaorani viven en la Zona de Protección en pequeñas comunidades como Toña Empari, Dayuno, Cononaco y Yasuní. “Se autosubsisten ya que mantienen varias chacras en diferentes estados de producción, obtienen sus proteínas de la caza y la pesca y complementan su alimentación con la recolección.”²⁰ Los Huaoranis conservan intacto su origen indígena, hasta el día de hoy mantienen sus costumbres y tradiciones ancestrales.

¹⁹ Ruiz Mantilla, Lucy. Situaciones Específicas Pueblos Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana. UNICEF 1992. p.23

²⁰ Op.cit 6. p.192

Huaoranis



Huaoranis realizando artesanías



Fuente: <http://www.amazon-tribes.com/Huaorani-Tribe-Spears.jpg>
<http://www.grau-anatheoresis.com/frames3/fotos/07.jpg>

Morona Santiago, es una provincia rica en lavaderos y minas de oro y plata, su selva amazónica junto al Parque Nacional Sangay es su principal atracción turística. En el Parque Nacional Sangay se encuentra ubicado el volcán Sangay conocido por ser uno de los volcanes más activos del mundo. El valle de Upano es la zona más desarrollada y poblada, en la que se hallan Jíbaros o Shuars. Hay 2 tipos de artesanías que son únicas en esta provincia: adornos que se producen con plumas y semillas y trabajos realizados en calabazas; se realizan también otras artesanías de forma manual que están clasificadas como: trabajos en madera, instrumentos musicales, alfarería, tejidos en paja, lana, bejuco, piola y mullo. En Morona Santiago se desarrollan productos artesanales en 11 provincias.

Proceso para realizar objetos en cerámica



Saco tejido en lana



Pieza tejida en bejuco



Fuente: <http://nochedecine.files.wordpress.com/2009/09/alfareria-andina.jpg>
<http://img363.imageshack.us/flanas091xu1.jpg/>
http://www.olverarattan.com.mx/img/tejidos/bejuco_tejido_triple_big.jpg

La artesanía en la provincia de Napo es reconocida por su confección en cuero y pieles al igual que por sus adornos en mazapán. La provincia del Napo se caracteriza por su producción artesanal en 9 sitios. El Parque Natural

Yasuní es el mayor imán turístico, donde se observa distintos tipos de vegetaciones y distintas especies animales. En el Parque Natural Yasuní habitan comunidades indígenas conocidas como Huaoranis y Alamas. La naturaleza grande y misteriosa es una de las atracciones más grandes para la provincia de Napo.

Chompa confeccionada en cuero



Carteras elaboradas en cuero



Abrigo de piel



Fuente: <http://www.flowmi.com/wp-content/uploads/2008/04/campera1.jpg>
http://fotos0.mundofotos.net/2009/08_06_2009/arte3/lindas-carteras-de-cuero.jpg
<http://www.cosasdemoda.es/imagenes/boleroflamenco.jpg>

Orellana, una provincia relativamente nueva, esta formada por una serie de ríos que corren hasta el río Amazonas. Se caracteriza por ser una provincia petrolera, sin embargo no cuenta con los servicios básicos, por ende, existe poco desarrollo. En Orellana solamente existe un lugar donde se producen artesanías en textiles y tejidos.

Tapete tejido en fibras vegetales



Poncho tejido



Tejidos en lana



Fuente: <http://www.lamaisondelabolivie.com.bo/IMAGENES/sucrepadilla.jpg>
<http://www.tedel.org/comercioelectronico/images/04.jpg>
<http://guias.masoportunidades.com.ar/wp-content/uploads/2008/11/tejido2.jpg>

Exótica flora y fauna amazónica son las principales características de la provincia de Pastaza. Pastaza se desarrolla en base a sus ríos ya que son sus únicas vías de desarrollo. "EL PUYO: su capital y puerta de la selva, es un próspero centro de comercio de los productos del sector como: caña de azúcar, naranjilla, té, café, yuca, etc., y además lugar de descanso para sentir

la selva y su agradable clima lleno de humedad.”²¹ Existen varias comunidades nativas indígenas que forman parte de esta provincia como: Jíbaros, Huaoranis, Alamas, Canelos, Záparos, y Shimigaes.

La producción artesanal más desarrollada en Pastaza es en pieles de animales, así como también instrumentos musicales, collares de madera, figuras en madera de balsa, cerámica, pinturas sobre corteza de árbol, adornos de plumas y semillas, collares, y objetos de espino y chaquira. Estas artesanías se producen en 9 sitios distintos en la provincia de Pastaza.

Collar de madera



Pintura sobre corteza de árbol



Adornos de plumas



Fuente: <http://www.artesanum.com/upload/postal/2/1/1/pectoral-132648.jpg>
http://3.bp.blogspot.com/_YUO1jxRRMik/Rn/s400/HAIN2.jpg
<http://www.sermasports.com/PRODUCTOS/adornos/14-plumas.jpg>

Sucumbíos es una provincia que limita al norte con la República de Colombia, al sur con la provincia de Napo, al este con Colombia y Perú y al oeste con Carchi, Imbabura y Pichincha, existe mucha comercialización dentro de la provincia ya que esta rodeada de ciudades importantes. Al igual que el resto de provincias de la región amazónica, Sucumbíos tiene una reserva natural llamada Reserva de Producción Faunística del Cuyabeno, donde existen quince lagunas y una selva virgen llena de diferentes animales, especialmente de aves. Alrededor de la provincia de Sucumbíos se encuentra el volcán Reventador donde habitan comunidades indígenas como: Cofanes, Secoyas y Sionas. En tres sitios de Sucumbíos se elaboran artesanías en textiles y tejidos, así como también productos de barro, loza y porcelana.

²¹ Pastaza. www.ecuaworld.com.ec/pastaza.htm (18 de mayo 2010, 00h03)

Piezas elaboradas en barro



Platos hechos de porcelana



Jarras realizadas en barro



Fuente: http://farm1.static.flickr.com/55/137691125_1713fa1337_m.jpg
<http://www.absolutcanarias.com/wp-content/uploads/2009/08/loza.jpg>
http://www.productosregios.com/yeso_barro/olla_frijolera_grande_y_chica.jpg

En la provincia de Zamora Chinchipe se desarrollan artesanías en 4 sitios distintos. Las artesanías que se elaboran en esta provincia son: instrumentos musicales, cerámica, adornos en semillas y pepas, objetos de calabaza, tejidos en bejuco, piola y mullo. Zamora Chinchipe se caracteriza por sus selvas vírgenes, sus minas de oro, ríos entre otros.

Montañas de selva poblada de gente aventurera, que han venido atraídos por sus minas de oro como: las montañas de Nambija y San Carlos de las Minas a orillas del río Nambija junto al Parque Nacional del Bosque Podocarpus, el cual tiene al rededor de 4.000 especies de flora y 540 especies de fauna, como: colibríes azules, pájaros carpinteros, sigchos, gallos de la roca, oropéndolas, dantas, osos de anteojos, cervicabra, pudú, ratón marsupial, perezosos, manatíes, jaguares, etc.²²

Al igual que el resto de provincias ubicadas en la región amazónica o oriente, Zamora Chinchipe tiene una reserva natural donde habitan animales no vistos con frecuencia.

Pulsera hecha de calabaza



Instrumento elaborado en madera



Objeto de plumas



Elementos tejidos en bejuco



Fuente: http://es.jimdo.com/s/cc_images/cache_1357763414.jpg
http://es.jimdo.com/s/cc_images/cache_1357763414.jpg
<http://www.imanualidades.com/wp-content/uploads/2009/06/atrapasuenos.jpg>
http://lh5.ggpht.com/_JR6t9JSi1P0/SvxdFIAA/ARTESANIA%202.JPG

Las artesanías más representativas del oriente son los adornos con plumas y semillas, y los objetos de calabaza, ya que este tipo de artesanía es

²² Zamora-Chinchipe. www.ecuaworld.com.ec/zamora_chinchipe.htm (18 de mayo 2010, 00h22)

única de la región. La producción artesanal de la región amazónica se desarrolla en 37 sitios.

1.2.4 Región Insular

En la región insular o Galápagos existen artesanías muy similares a las provenientes de la costa. En Galápagos las artesanías se desarrollan solamente en un lugar, en el que se elaboran diversos tipos de artesanías, entre ellos: tagua, adornos en bambú, textiles estampados, bisutería, estructuras de madera, talla de raíces y huesos, corteza de caucho, cerámica, grabados en cobre y aluminio, y tejidos en piola.

“Obscura lava volcánica que nace desde el azul turquesa marino, pincelado con la blanca arena de sus playas y el verde claro de su exótica vegetación, será la inolvidable fotografía que el visitante captará de estas islas encantadas, para luego quedarse mas enamorado del archipiélago al recorrerlas una por una y encontrar dentro de ellas lo más importante: a su gente trabajadora y servicial rodeada de su exótica flora y su amigable fauna únicas en el mundo: gigantes tortugas galápagos, iguanas, lobos marinos, focas, flamings, aves de hermosos colores, etc. que hacen que éste lugar sea mágico.”²³

La región insular esta compuesta por 13 islas grandes, 6 menores, y 42 islotes, localizados al norte y al sur de la línea equinoccial. El 97% de la superficie total de todas las islas es parte del Parque Nacional de Galápagos. Galápagos se destaca por ser el único parque natural en el mundo; lleno de escenas de gran contraste.

1.3 Técnicas y Clasificación

Las artesanías en las cuatro regiones del Ecuador varían acorde a su cultura, sin embargo en ciertas zonas la artesanía se parece mucho entre si. La Sierra es el área del país donde existe la mayor cantidad de producción artesanal, le sigue la Costa, el Oriente y Galápagos. Los productos más representativos de artesanía en el Ecuador acorde con la diversidad cultural ecuatoriana son:

²³ Las Islas Galápagos. www.ecuaworld.com.ec/gps_general.htm (18 de mayo 2010, 00h43)

- **Fibras vegetales:** sombreros, bolsos, carteras y otros, en paja toquilla y paja de páramo; muebles, cestos, adornos y otros artículos en mimbre.
- **Tejidos autóctonos:** ponchos, tapices, chalinas, fajas, shigras, anacos, blusas bordadas, pantalones, sacos tejidos de lana, de borrego y de vicuña, alfombras, hamacas.
- **Tallado en madera:** imágenes religiosas, figuras humanas y de animales, adornos para el hogar y otros.
- **Madera de balsa:** figuras de animales y aves de la región amazónica, adornos para el hogar y otros.
- **Cerámica:** réplicas de figuras prehispánicas, vasijas, floreros, jarrones, utensilios para el hogar, figuras diversas y otros.
- **Cuero:** talabartería, marroquinería, repujados, confecciones de prendas de vestir y otros.
- **Tagua:** figuras de la flora y fauna decorativas de las regiones de nuestro país, botones, bisutería y otros.
- **Orfebrería:** collares, aretes, pendientes, pulseras, anillos.
- **Otros:** artesanías en bronce y hierro forjado, instrumentos musicales, bisutería de coral, objetos de plumas y semillas, pirotecnia, figuras de mazapán, manualidades, dulces y otros.

Las cuatro regiones del Ecuador tienen una artesanía propia de su zona, a excepción de Galápagos, estas son creadas con distintas técnicas dependiendo del material en el que son elaboradas. Una técnica es perteneciente o relativa a las aplicaciones de las ciencias y las artes, sin embargo su otro significado es habilidad para ejecutar cualquier cosa o para conseguir algo.²⁴ Para cada artesanía existe una técnica diferente ya que sus materiales y manufacturas varían acorde a lo que cada artesano elabora.

Las fibras vegetales pueden ser suaves o duras, es necesario que sigan un proceso de preparación para poder confeccionar artículos

²⁴ Real Academia Española. buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=tecnica (19 de mayo 2010, 17h02)

artesanales. Primero se selecciona la fibra en la que se quiere trabajar, se la extrae de la planta, se la deja secar y se la golpea con una piedra para así limpiarlas, se lava el material y se lo deja sacar al sol. Después de que las fibras ya estén secas el artesano las peina con sus dedos y quedan listas para ser trenzadas.

Existen tres técnicas básicas para la fabricación de artículos de fibras vegetales y tejidos autóctonos, tejido liso o tridimensional, ovillado espiral o circular y tejido de red o malla. Las técnicas son muy similares debido a que en ambos casos se trabaja con hilos de distintos materiales. Para la artesanía procesada en cuero se utilizan las mismas técnicas de los tejidos dándole un acabado final exclusivo utilizando las propiedades físicas del material.

La artesanía en madera requiere la aplicación de diversas técnicas, con las cuales se logran diferentes formas, que permiten obtener desde juguetes hasta objetos de madera tallados. En el mercado hay varios tipos de maderas de las cuales se trabajan bajo el mismo principio. Para el tallado de madera es necesario utilizar herramientas conocidas como gubias que permiten tallar la madera. En la madera existen también técnicas de unión para ensamblar la madera y así formar muebles, juguetes entre otros.

Las técnicas para elaborar productos de cerámica varían dependiendo del objeto que se quiere fabricar ya que su técnica principal es el moldeo. El moldeo es un proceso que se realiza con las manos dando la forma que se requiere. Se utilizan herramientas similares a las de la madera para darle texturas y ciertos acabados. Sin embargo para la tagua se utiliza otro tipo de técnica ya que este material se extrae de la semilla de la palma. Al igual que las fibras vegetales tienen un proceso previo al ser elaboradas. Para teñir a la tagua se usan colorantes artificiales o vegetales para darle un acabado final.

La orfebrería es el trabajo artístico sobre utensilios de metales preciosos para obtener ornamentos personales. Los metales preciosos son el oro, cobre y plata, Se trabajan las piezas martillando en frío proporcionando láminas e hilos que adoptan formas diferentes. Debido a las maquinarias que

existen hoy en día la mano de obra de este producto artesanal ha bajado en cantidades, sin embargo es una técnica que se utiliza desde la prehistoria hasta el día de hoy.

En la actualidad las técnicas artesanales ya no son tradicionales como en los viejos tiempos ya que hoy en día existe mucha implantación de maquinarias industriales para fabricar dichos productos, sin embargo existen artesanos que elaboran sus productos en base a sus técnicas ancestrales, lo cual les va a hacer crecer mucho en un futuro.

Los artesanos ecuatorianos tienen una personalidad que se distingue de cualquier otro ser humano, como resultado de lo que les han enseñado, lo que han heredado, la influencia de su alrededor, la práctica artesanal y la cultura que se transmite de generación en generación.

Capítulo II: Desarrollo de ferias nacionales e internacionales

2.1 Analizar el concepto de ferias

El apoyo brindado por el MIPRO a los artesanos para que comercialicen sus productos ha sido a través de su participación en ferias nacionales e internacionales. Para la participación de los artesanos en ferias y otros eventos artesanales, se requiere que los productos cumplan ciertos requisitos tales como: innovación en diseño, calidad y precios competitivos. Estos tres requisitos que exige el MIPRO son factores determinantes que exigen actualmente los mercados nacionales e internacionales.

En 1200 nace la primera feria en Alemania, se remonta a la edad media, donde eran verdaderos centros de trueque. En 1851 nació la Primera Feria Internacional organizada en el Cristal Palace de Londres.²⁵ Una feria es una concurrencia de mercaderes y negociantes en un lugar y un día señalado, para vender, comprar y trocar ropa, ganados, frutos u otros géneros necesarios al uso común.²⁶ La principal función de las ferias es mantener la imagen de un país exhibiendo sus productos en un entorno global.

Una feria combina cuatro elementos principales: promoción, publicidad, investigación de mercados y relaciones públicas. “El término de feria se entiende como sinónimo de exposición: son instrumentos de un alto nivel comunicativo. La participación en una feria especializada puede determinar el inicio de una relación a largo plazo con un cliente, dentro del mercado al que se está proyectando la empresa.”²⁷ Mediante las ferias se conoce a gente de distintas partes del mundo que se muestran interesados en asociarse al artesano para realizar negocio con el producto visto en la feria. Este es el caso de muchos artesanos ecuatorianos; extranjeros y nacionales se aferran a sus productos y los contactan para realizar negocios, en algunas situaciones se exporta la artesanía ecuatoriana con el objetivo de que el artesano crezca exponiendo su mano de obra. Una de las mayores ventajas

²⁵ Feria Internacional. www.prompex.gob.pe (06 de junio 2010, 12H40)

²⁶ Real Academia Española. buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=feria (6 de junio 2010, 13H00)

²⁷ Op.cit 17

de las ferias es que existe una afluencia de interesados, contacto directo, y la oportunidad para conocer nuevos asociados.

Comparada con otros mecanismos de venta y promoción, la participación en ferias comerciales es una vía muy útil para colocar productos artesanales en los mercados extranjeros. En efecto, la publicidad directa por correo, los artículos en la prensa general y especializada e incluso los avisos en la televisión son medios caros y relativamente poco focalizados. La comercialización directa tampoco suele resultar práctica para la venta de artesanía cuando no se tiene en el mercado meta un asociado o agente encargado de distribuir los productos.²⁸

Las ferias artesanales son el lugar adecuado para que los pequeños empresarios tengan contacto directo con los agentes importadores o distribuidores que podrían comercializar sus manufacturas de alto valor cultural. Además los compradores analizan personalmente los artículos que se exhiben, apreciando sus cualidades reales. El conocimiento de las características físicas y la calidad del producto que se pueden observar con claridad en las ferias hacen que este “medio publicitario” tenga mayor ventaja en relación a los otros ya existentes. Previo a la ejecución de las ferias se analizan temas prioritarios, como, la organización y coordinación, la promoción y comercialización, la capacitación y diseño, el financiamiento, la calidad de la materia prima y sostenibilidad.

Feria artesanal ejecutada en la Plaza Foch (Quito)



Feria artesanal de la provincia de Riobamba



Fuente: <http://ferminmarin.psvv.org.ve/wp-content/uploads/2009/10/artesanos-06.jpg>
<http://www.alejandroguzman.net/espanol/images/rsgallery/original/DSC06806.JPG>

Una feria es reconocida por tener un mecanismo moderno y eficiente para acceder a nuevos mercados. El artesano accede a nuevos mercados con

²⁸ Centro de Comercio Internacional. Aprovechar al máximo las ferias artesanales. Forum de Comercio Internacional. <http://www.forumdecomercio.org> (6 de junio 2010, 17H15)

varios privilegios, tales como: renovación de procesos productivos y tecnológicos para así continuar con el diseño- innovador.

El objetivo al que se quiere llegar por medio de las ferias es que el artesano logre vender sus productos y sea reconocido nacional e internacionalmente. El concepto que ha sido otorgado al MIPRO para promocionar a sus artesanos, es el concepto del tren bala. Este pensamiento nace con la idea de que cada vagón del tren sea un “stand” de los artesanos y así fomentar su productividad. El tren bala representa velocidad alta, por ende el MIPRO transmite el mensaje a los artesanos de este concepto para poder triunfar a la misma velocidad que este medio de transporte.

Feria realizada por el MIPRO en Quito



Tren Bala



Fuente: <http://www.elmercurio.com.ec/wp-content/uploads/2009/12/mipro.jpg>
<http://www.trucospc.info/public/tren/Tren%20Bala.jpg>

2.2 Desarrollo de las ferias

El Ministerio de Industrias y Productividad trabaja con cuatro tipos de ferias: nacional, fronteriza, internacional en el país y internacional en el exterior. La feria nacional se efectúa dentro del país, en un recinto feriado, no es necesario que el artesano obtenga una autorización de internación temporal de productos originarios y procedentes del exterior. Aquella que se realiza en un lugar cerrado en el área ecuatoriana de una zona de integración fronteriza, es llamada feria fronteriza, sin embargo para una feria fronteriza es necesario tener autorización para el ingreso de productos originarios y procedentes del país vecino bajo el Régimen de Admisión Temporal y/o venta según determine el Ministerio de Economía y Finanzas.

Para realizar una feria internacional en el país es necesario que el Ministerio de Economía y Finanzas designe un recinto cerrado y lo declare como zona primaria aduanera, esto implica la autorización para el ingreso de mercaderías bajo el Régimen de Admisión Temporal de productos procedentes del exterior. Es primordial tener esta autorización por el tiempo que dure la feria, incluyendo algunos días previos y posteriores que permitan el montaje y desmontaje de los sitios de exhibición.

Por otra parte la feria internacional en el exterior es aquella declarada internacional en el país en la que se efectuó la participación del Ecuador por representantes del sector privado o del sector público. Las ferias internacionales deben ser autorizadas por el Ministerio de Comercio Exterior mediante acuerdo ministerial.²⁹

Para realizar cualquier tipo de feria con éxito es necesario que la Misión de Subsecretaría Regional del MICIP (Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Competitividad y Pesca) haga una calificación de la feria y observe también que se cumpla todo lo ofrecido por los organizadores de la feria; previo a esto se entrega una carta al MICIP requiriendo aprobación del evento ferial en la que debe constar el nombre del evento, la fecha de realización, el lugar y el pago por actuación del MICIP; como anexos se entrega la aprobación del Municipio, el reglamento que regirá el evento, el cronograma de actividades, la autorización del cuerpo de bomberos y el contrato de arrendatario. Todos los elementos mencionados como anexos deben ser detallados para que la feria pueda ser aprobada con facilidad.

El proyecto que va a desarrollar el MIPRO consiste en ejecutar varias ferias nacionales en Quito, Guayaquil, Cuenca y Galápagos, y tres aproximadamente en el exterior. Estos planes son solamente para el principio del proyecto ya que posteriormente se va a extender a otras ciudades importantes del Ecuador, también se planifica formar parte de más de tres ferias internacionales al año.

²⁹ Op. cit 17

Es necesario generar diferentes ferias para promover a los artesanos ya que ellos contribuyen significativamente al crecimiento de la economía del país generando empleo directo o indirecto. Los artesanos preservan la cultura y las tradiciones del país mediante su manufactura. Se considera también que en época de ferias atraen nuevas inversiones, ya que promocionan sus productos en grandes cantidades, con diseños variados lo que les genera mayores ingresos. Los artesanos tienen un alto potencial de desarrollo con excelentes productos, sin embargo el artesano no recibe un crédito económico de la actividad que le permita vivir dignamente, esto está llevando a que muchos de ellos abandonen la actividad con el peligro de que ciertas artesanías desaparezcan.³⁰ Para que los artesanos no abandonen su profesión y esta se mantenga vigente se está ejecutando un proyecto en el MIPRO asociado con MIPYMES y la Dirección de Artesanías para promover a los artesanos ecuatorianos.

La Dirección de Artesanías ejecuta el proyecto “Promoción y Desarrollo del Sector Artesanal”, a nivel nacional. Según el economista Washington Vaca, para promover a los artesanos es necesario que tengan una capacitación para saber como innovar, comportarse y actuar frente a nuevos retos. Se implementó un programa de capacitación artesanal que busca llegar a los artesanos con ciertos temas que les permitan mejorar sus procesos de producción como un factor determinante para lograr productos artesanales de calidad, siendo la innovación el objetivo principal.

Los artesanos son los actores directos, quienes manifiestan sus criterios para ir determinando los temas a ser capacitados. Los temas en los que los artesanos han sido capacitados son: habilidades gerenciales, empaques y embalajes, innovación y diseño, presentación en ferias, costeo del producto, mejoramiento de la calidad, entre otros. Los artesanos obtienen varios beneficios con las capacitaciones, estos son:

- Acceso a nuevas oportunidades de trabajo

³⁰ Op.Cit 5 p.4

- Reducción de desperdicios y rechazos
- Utilización de mejores técnicas de producción
- Conocimiento de costos y adecuada fijación de precios
- Aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocios
- Desarrolla su capacidad creativa
- Mejora la calidad de sus productos
- Mejora la presentación de sus productos

Los temas tratados en las conferencias ayudan también a que cada uno mejore su calidad de vida y haga que sus productos sean de mayor valor y tengan más diseño.

Conjuntamente con el proyecto de “Promoción y Desarrollo del Sector Artesanal” se trabaja el proyecto “Inscripción Artesanal en el RUP y en el MIPRO” en el cual el objetivo principal es que los artesanos tengan la oportunidad de ofertar al Estado Ecuatoriano como proveedores de sus productos y/o servicios. El RUP es el registro único de proveedores, para inscribirse es necesario llenar un formulario ubicado en su página web.³¹ Este proyecto brinda también una oportunidad para que nuevos artesanos ecuatorianos se inscriban en el MIPRO y así formar parte de los proyectos que ejecuta la Dirección de Artesanías.

En el marco de estos proyectos se han capacitado a más de mil artesanos de 17 ciudades del Ecuador; Cuenca, Azogues, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Latacunga, Guaranda, Riobamba, Guayaquil, Santa Helena, Machala, Loja, Quito, Tulcán, Manta, Portoviejo, Ambato y Ibarra. Cada tres días se realiza un evento de capacitación con trescientos artesanos inscritos en el RUP.³²

En forma permanente la Dirección de Artesanías del MIPRO, inscribe a los artesanos bajo la Ley de Fomento Artesanal. Actualmente existen 30,000 artesanos registrados en ambos proyectos. Existen otros proyectos que la

³¹ Instituto Nacional de Contratación Pública. www.compraspublicas.gov.ec (06 de junio 2010, 18h15)

³² Op.cit 17

Dirección de Artesanías ha venido desarrollando a través del tiempo, como son: Mapa de Artesanías y Oferta Exportable del Ecuador; Galería de Artesanías del Ecuador; Ferias y Eventos Artesanales. El proyecto “Mapa de Artesanías y Oferta Exportable del Ecuador”, tiene por objetivo identificar los sitios de producción de artesanías a nivel nacional, los mismos que son 477. Además considera la necesidad de visualizar a los productores de artesanías que se encuentran dispersos en todo el territorio ecuatoriano, quienes no tienen organización y actúan de forma individual.

La falta de organización gremial hace que este sector tenga falencias en su proceso organizativo y productivo, ya que son factores que no permiten el desarrollo completo de los proyectos. El proyecto “Galería de Artesanías del Ecuador”, tiene como objetivo, exhibir muestras de artesanías de diferentes regiones del país a través de vitrinas demostrativas; al momento se encuentran ubicadas en el Aeropuerto Simón Bolívar de Quito, en el área de arribo internacional (interno y externo). Las exhibiciones cumplen con el propósito de promocionar y difundir a nivel nacional e internacional los artículos artesanales ecuatorianos. El proyecto de “Ferias y Eventos Artesanales”, busca apoyar a los artesanos para su participación en ferias a nivel nacional e internacional.

2.3 La productividad de las ferias

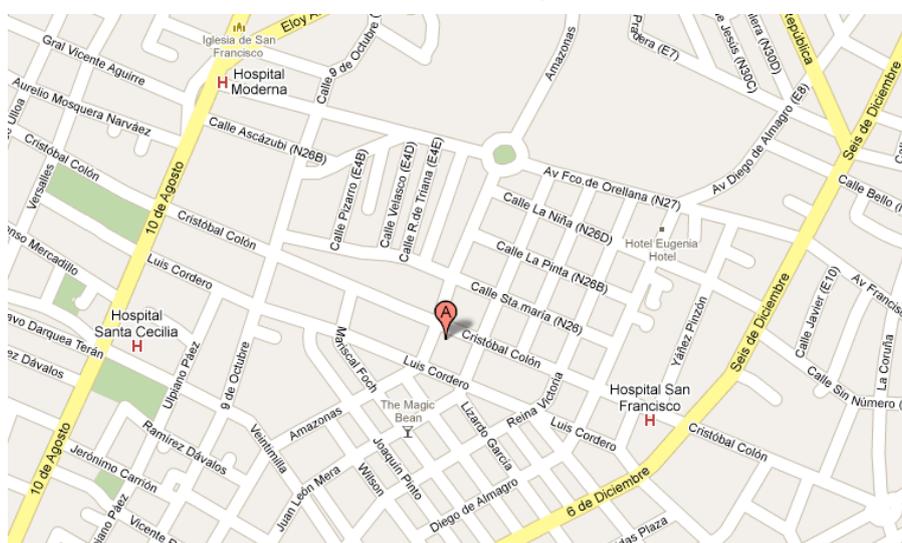
En el Ecuador ya existen distintas ferias preestablecidas, para promocionar a los artesanos, sin embargo, estas no forman parte de los proyectos ejecutados por el MIPRO y la Dirección de Artesanías.

En Quito la feria más reconocida es el Mercado Artesanal de la Mariscal, ubicado en la Jorge Washington entre la Reina Victoria y Juan León Mera. “Este mercado cuenta con 7 callejones donde se despliegan decenas de kioscos con las más coloridas mercaderías, desde textiles hasta cerámicas, y de hamacas a cuadros al óleo.”³³ El mercado o la feria artesanal

³³ Artesanías Mágicas. www.quito.com.ec (07 de junio 2010, 16h00)

más famosa del Ecuador es la de Otavalo a tan solo dos horas de Quito. Los sábados es el día principal de feria en la Plaza de los Ponchos dónde se exhiben productos únicos de la provincia. Se considera que dentro del Ecuador en cada provincia, pueblo o ciudad existe por lo menos una feria artesanal en la que se exhiben artículos con una identidad cultural propia de la zona. Aunque existan varias ferias cada semana dentro del Ecuador el MIPRO aspira que la gran mayoría de artesanos se inscriba a sus proyectos para ser organizados de mejor manera, y así tener más oportunidades a nivel nacional e internacional.

Mercado Artesanal Quito



Fuente: www.maps.google.com

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) hizo un calendario de ferias en el 2009 del que se cumplió al 100% y se sacó mucho provecho.

MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD
SUBSECRETARIA DE MIPYMES Y ARTESANÍAS
DIRECCIÓN DE ARTESANÍAS
CALENDARIO DE FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARTICIPADAS EN EL AÑO 2009

FERIA	PROVINCIA	CIUDAD	FECHAS	No. DE ARTESANOS QUE PARTICIPARON CON EL AUSPICIO DEL MIPRO
EXPOPYMES CAPIG 2009	Guayas	Guayaquil	Del 19 al 27 de agosto	3
FERIA INTERNACIONAL DE LOJA	Loja	Loja	Del 28 de agosto al 13 de septiembre	25
EXPOPYMES CAPIG 2009	Guayas	Guayaquil	Del 9 al 16 de septiembre	3
FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO - FITE 2009 -	Guayas	Guayaquil	Del 17 al 20 de septiembre	25
FERIA EXPOAGRIO 2009	Pichincha	Mitad del Mundo	Del 17 al 20 de septiembre	25
EXPOPYMES CAPIG 2009	Guayas	Guayaquil	Del 27 al 31 de octubre	3
EXCELENCIA ARTESANAL 2009. CIDAP	Azuay	Cuenca	Del 30 de octubre al 3 de noviembre	2
EXPOPYMES CAPIG 2009	Guayas	Guayaquil	Del 1 al 5 de noviembre	3
FERIA ARTES DE FUEGO EN CHAGUARCHIMBANA	Azuay	Cuenca	Noviembre	50
FERIA EXPOALIMENTARIA 2009	Pichincha	Quito	Noviembre	21
FERIA EXPO-COTOPAXI 2009	Cotopaxi	Latacunga	Noviembre	21
FERIA DE FINADOS 2009	Tungurahua	Ambato	Del 28 de octubre al 3 de noviembre	21
FERIA INTERNACIONAL DE ARTESANIAS FIART 2009	Cuba	La Habana	Del 10 al 20 de diciembre	3
INTEGRA MADRID	España	Madrid	Del 5 al 8 de diciembre	3

Fuente Dirección de Artesanías MIPRO

En la feria que más artesanos participaron con el auspicio del MIPRO fue en la Feria Artes de Fuego en Chaguarchimbana, ejecutada en Azuay, Cuenca en la que participaron 50 artesanos. Los artesanos participantes en todas las ferias mencionadas anteriormente provienen de distintas provincias del Ecuador, que se inscriben en el MIPRO para poder exhibir sus productos y obtener resultados nuevos y buenos.

En el calendario de ferias 2009 se desarrollaron solamente dos ferias a nivel internacional en la que participaron tres artesanos en ambas. La participación de los 6 artesanos a nivel internacional fue exitosa debido a las capacitaciones constantes que recibieron por parte del MIPRO antes de partir a las ferias en el exterior.

A continuación un detalle de las ferias en las que participó el MIPRO en el año 2009.

FERIAS EN LAS QUE HA PARTICIPADO EL MIPRO

Feria	Provincia	Ciudad	Fecha	Lugar de Feria	No. de artesanos participantes	Provincias Participantes	Actividades	No. Contactos efectuados para negocios posteriores	% de artesanos que cumplieron sus expectativas	% de artesanos en participar en próximas ferias	MIPRO	Gobierno Contraparte
II Feria Mundial de Ecoturismo 2009	Napo	Tena	del 21 al 23 de febrero 2009	Recinto Ferial Tena	6	Tungurahua, Napo, Pastaza, Imbabura	artesanía salasaca autóctona muebles de madera tallados en balsa tejidos otavaleños muebles de madera tallados en balsa	24	80%	100%	0,00	Gobierno Provincial del Napo
IV Encuentro de Economía Solidaria y XII Feria Agroindustrial de Salinas de Guaranda Feria de	Bolivar	Salinas Guaranda	del 22 al 24 de mayo 2009	Recinto Ferial Salinas	17	Loja, Bolivar, Manabí, Pichincha	agro industria, producción de hortalizas agroindustria, producción de cármicos, lácteos, embutidos, hongos y artesanías agroindustria cacao en baba y proceso de fermentación	51	80%	80%	3.603,20	Fundación de organizaciones campesinas de Salinas Funorsal
Negocios Piel Moda 2009	Pichincha	Quito	24 al 27 de junio 2009	Centro de Exposiciones Quito	8	Tungurahua	cuero y afines	24	100%	100%	6.000,00	

Fuente: Dirección de Artesanías MIPRO

La tabla mostrada anteriormente explica la productividad que obtuvo el MIPRO al ver como los artesanos ecuatorianos exhibieron sus productos. Es claro que tuvieron mucho éxito ya que en las dos ferias los artesanos que participaron en aquellas, el 100% de los artesanos va a volver a participar en eventos realizados por el MIPRO y en la otra feria el 80% lo cual no es un resultado negativo ya que más de la mitad quieren volver a participar. Se rindió con mucho éxito las ferias realizadas por el MIPRO ya que los artesanos consiguieron varios contactos para negocios posteriores.

“Las tendencias modernas para el tratamiento de los temas de la cultura, privilegian el rol del ser humano socialmente entendido, para utilizarlo como un instrumento que contribuya a la valoración de sus productos mas tangibles: un cuento, una escultura, un cuadro, un artesanía, etc.”³⁴ Debido a las tendencias modernas en el sector artesanal, en 1998 el Instituto Andino de Artes Populares del Convenio Andrés Bello creó el primer catálogo de ferias artesanales alrededor del mundo. Este catálogo consiste en una investigación de varios países, sus ferias y los productos que exhiben en cada una de ellas. Según el IADAP existen 8 ferias de mayor importancia en el Ecuador: Feria Agosto Mes de las Artes, Expo Cotopaxi, Primera Feria de Integración Artesanal y de la Pequeña Industria – Exponoviembre 97, Expoferia Abril 98, Caranqui, Zuleta, Otavalo, Guangopolo, Feria Artesanal.

Feria de Agosto Mes de las Artes

La feria de Agosto Mes de las Artes es una feria internacional que se desarrolla en agosto en el Centro de Exposiciones Quito, es organizada por la Cámara de la Pequeña Industria.



Fuente: http://www.conlatingraf.org/novedades/imagenes/08_06_05/figrampa01.jpg
<http://bigoo.com/media/users/2/108554/imagenes/2920agriflor.jpg>

³⁴ Instituto Andino de Artes Populares del Convenio Andrés Bello. 1er. Catálogo de Ferias Artesanales. IADAP. Ecuador. 1998 p.21

Feria Expo Cotopaxi

Expo Cotopaxi es considerada también una feria internacional que se hace anualmente en la primera quincena de noviembre en el Recinto Ferial Loco, Cotopaxi; se exhiben productos artesanales, insumos o implementos agrícolas, ganaderos, y industriales.



Fuente: <http://ipitimes.com/SE%25C3%220COLOMBIACARNAVAL.JPG>
http://www.rosariotravel.com.ar/blog/wcontent/uploads/ferias_artesanales_rosario.jpg

Expoferia

La primera feria de Integración Artesanal y de la Pequeña Industria – Exponoviembre se creó en 1997 con una proyección de institucionalización anual, actualmente sigue funcionando con la excepción de que ya no es en noviembre, sino que hoy en día se ejecuta en varios lugares del Ecuador con un cambio en su fecha. Al igual que la feria de Integración Artesanal y de la Pequeña Industria la Expoferia Abril 98 se mantiene vigente con otro tipo de nombre. Hoy en día la Expoferia Abril se realiza en cualquier mes del año, por lo general se desarrolla entre los primeros meses, enero, febrero, marzo, o abril; se exhiben artesanías de tagua, cuero y madera, talla en madera, alfombras, cuero y marroquería, tejidos en paja de páramo, orfebrería, platería entre otros.



Fuente: <http://www.google.com.ec/images?um=1&hl=es&tbs+1&q=ferias+artesanales&>
http://www.santiagodeletero.net/blog/upianita_feria_artesanal_productiva.jpg

Feria de Caranqui y Zuleta

Por otro lado en la provincia de Imbabura existen dos ferias; una en Caranqui, la cual se ejecuta todos los domingos, organizada por la Preasociación de Artesanos del Valle Sagrado de los Caras e Incas en la que se exhiben bordados a mano, cerámica, tallado en madera, cuero y bisutería.

La otra feria que se ejecuta en la provincia de Imbabura es la feria de Otavalo que se realiza todos los días, sin embargo los sábados es el mejor día de feria ya que entre semana algunos artesanos salen a vender su manufactura a la ciudad. En esta feria reconocida internacionalmente se exponen objetos de todo tipo; tejidos, tapices, cestería, instrumentos musicales, cerámica, bisutería, cuero, madera, bordados, juguetería, mazapán, entre otros.

A pocos kilómetros de Imbabura se encuentra Cayambe donde se desarrolla la feria de Zuleta cada quincena, los productos a exhibirse son, camisas, blusas, manteles, servilletas, caminos de mesa, individuales, tarjetas y tapetes; estos se caracterizan por sus bordados exclusivos.



Fuente: <http://www.google.com.ec/images?um=1&hl=es&tbs+1&q=ferias+artesanales&>
http://www.santiagodelester.net/blog/upianita_feria_artesanal_productiva.jpg

Feria de Guangopolo

En la provincia del Pichincha en Guangopolo se desarrolla la feria todos los jueves exhibiendo todo tipo de productos artesanales. Por último la octava feria que se realiza en el Ecuador, se ejecuta semanalmente en Saquisilí en el Parque Central.

En la actualidad existen más de 8 ferias alrededor del Ecuador ya que el sector artesanal ha crecido muchísimo desde 1998. Hoy en día cuentan con el apoyo de prestigiosas instituciones, tales como el MIPRO que lucha por aquellos a diario. No se concreta todavía el número de ferias o mercados que existen en el país ya que muchos artesanos hacen sus ferias en pueblos pequeños donde muy poca gente conoce. El MIPRO junto con el apoyo de los artesanos quiere cumplir con su objetivo principal, que es el de sacar a este grupo de personas adelante, a través de ferias nacionales e internacionales.

Capítulo III: El diseño gráfico e industrial en las artesanías ecuatorianas

3.1 El diseño gráfico y la comunicación

El diseño se relaciona mucho con lo que aplica cada persona en el diario vivir. Muchas veces es difícil observar, pero a través de la observación y de la percepción se obtienen resultados exitosos. Al combinar los conceptos, el diseño y los artesanos, se generan ideas innovadoras con el propósito de cumplir un objetivo.

Actualmente el diseño gráfico es la herramienta esencial para crear una campaña de identidad corporativa con el objetivo de difundir algo. El diseño es un campo de conocimiento, en el que se entrecruzan varias disciplinas como el arte, las ciencias de la comunicación, la psicología, entre otros. “El diseño es uno de los factores de producción.”³⁵ Así como el diseño tiene varias disciplinas, cumple también con varias funciones. Dentro de este término existe una diversidad de conceptos que le hacen al diseño cumplir con su objetivo o función.

“El diseño ha cambiado más en los últimos veinte años que en los quinientos precedentes. Se ha transformado en una disciplina hiperdinámica dedicada fundamentalmente a dar respuestas apetecibles a una audiencia cada vez más insatisfecha.”³⁶

Hoy en día existen tendencias muy modernas e innovadoras que crean más expectativa a los diseñadores y a los consumidores, por ende, la audiencia cada vez está más insatisfecha.

Diseñar, el verbo del diseño, quiere decir crear y desarrollar un producto con el fin de producir un objeto nuevo. “El diseño nace como un proceso de síntesis de todos los condicionantes de la forma, mediante la cual estos planos resultan, en el producto final, indiscernibles.”³⁷ Muchos términos de distintas ramas de la comunicación abarcan y se manejan a través del concepto de diseño. Hoy en día existen varias herramientas para poder

³⁵ ARFUCH, LEONOR, CHÁVES, NORBERTO, LEDESMA, MARÍA, Diseño y comunicación, Paidós, 1997. p.36

³⁶ SHAKESPEAR, RONALD, Señal del Diseño: Memoria de la Práctica, Paidós, 2009. p.17

³⁷ Op.cit 35. p.38

transmitir un mensaje creativo y único al receptor. Dentro de la palabra diseño se encuentra el diseño gráfico, el cual cumple con la función de comunicar mensajes específicos a grupos sociales determinados.

Constantemente se asegura que el diseño gráfico es una comunicación visual necesaria para la vida social. El funcionamiento del diseño está a su vez administrado por relaciones con el poder económico, político y cultural. Esto quiere decir que las necesidades de comunicación visual siempre provienen de algún aspecto; son hechas y dirigidas hacia alguien o algo. “En general, puede decirse que el diseño gráfico adquiere su perfil como fenómeno que satisface demandas comunicacionales en relación con la producción y con la vida en general.”³⁸ El diseño siempre se logra a través de un para qué o para quién, así es como cumple con su función.

Se considera que el diseño gráfico es una forma específica de relacionar canales, medios y caracteres. Es un tipo de comunicación que apela al canal visual a través de medios que establecen una distancia entre emisor y receptor con un carácter colectivo. No se dirige a un medio de comunicación de masas, su propósito es desarrollarse en distintos medios tales como: diarios, revistas, libros, calles, televisión, internet y todos los medios que albergan esta forma particular de comunicación. Su carácter de comunicación siempre es colectivo y social por eso se enfoca en públicos masivos y comunicaciones de entidades públicas o privadas. Si se lo analiza a través de sus productos su abundancia es inalcanzable: señales y afiches, imágenes corporativas, folletos y bocetos, planos, mapas, infografías y una cantidad de productos que se logran crear a través del diseño.

El diseño gráfico es un mecanismo que disponen las culturas para procesar y crear información; ha configurado su estructura creando su propio sistema de significación para producir efectos de percepción, recepción y comportamientos. Así genera conductas relacionadas con si mismo para

³⁸ Op.cit 35. p.39

modificar la visión del receptor sobre el diseño. Estas conductas son vinculadas a la percepción y a la configuración del receptor.

“El diseño gráfico regula los comportamientos humanos en función de las necesidades reconocidas como tales por un grupo social: necesidad de orientarse, vender, comprar, distinguir, aprender, informarse.”³⁹ Lo social influye mucho en el proceso y en la creatividad de un diseñador ya que plantean varios parámetros que a la final resultan ser limitantes para el diseñador, sin embargo no siempre se plantean parámetros lo cual es mejor porque así le dan al diseñador oportunidad de expresar su creatividad a plenitud. Los diseñadores utilizan distintas formas de creatividad para poder transmitir un mensaje claro y único al cliente, ya que como mencionado anteriormente, la mayoría de diseños son hechos mediante diferentes necesidades del medio social.

El objetivo principal del diseño o diseñador es indicar e identificar espacios, a través de la comunicación visual. Cada caso propone ideas distintas tanto para el emisor como para el receptor.

Indicar quiere decir darse cuenta de varias cosas como por ejemplo: el sentido de una calle, la ubicación de un lugar, la fecha de una actividad, en general abarca la señalética. Al ver esta señalética lo primero que hace el receptor es confiar en lo que el mensaje le transmite y orientarse en el espacio. La señalética es un derivado del diseño gráfico que abarca un sistema de comunicación visual basado en un conjunto de signos, símbolos o señales que cumplen con la función de guiar, informar, organizar, y orientar a los seres humanos. Este concepto se relaciona mucho con la semiótica ya que se fundamenta mucho en el mundo de los signos y de los símbolos. Otra rama del diseño gráfico que cumple con el objetivo de indicar es el diseño editorial ya que organiza modos de lectura y ciertos modos de escritura mediante la composición y maquetación de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.

³⁹ Op.cit 35. p.55

Símbolos universales



Fuente: <http://www.definicionabc.com/general/senal.php>
<http://norteverde2b.blogspot.com/2009/10/dejar-de-fumar.html>
<http://reinosinfin.wordpress.com/2009/07/02/autopista-de-la-muerte/>

Diseño editorial



Fuente: <http://dda.blogsome.com/category/diseño-editorial/>
<http://acidminds.com/blog/?p=307>
<http://es.paperblog.com/beckham-for-vogue-germany-may-2010-111100/>

Identificar se dirige a la función de influir y producir un efecto sobre los demás. La influencia de esta acción se basa en la creatividad o imaginación de lo que va a comunicar el diseñador. La creatividad varía mucho dependiendo de los diseñadores, no tienen ningún tipo de limitantes en cuanto a sus diseños, sin embargo el grupo social puede poner ciertos parámetros que limitan a la creatividad del diseñador. La función principal de este pensamiento es la de crear una solución completamente nueva y única para el receptor y el cliente. En el diseño gráfico existen distintos términos que forman parte y son esenciales para la mente creativa de los diseñadores.

3.2 El Diseño Artesanal

El diseño forma parte de la vida diaria de un artesano con el fin de hacerle prosperar, depende mucho de las técnicas utilizadas por el individuo para crear sus productos de forma única. La mayoría de los artesanos de todo el mundo han aprendido a hacer sus manufacturas de sus antepasados, ya que de ellos han heredado el conocimiento tradicional y así han aprendido a valorar su arte y creatividad.

Los antepasados de los artesanos que se dedicaban a hacer artesanías, ellos han marcado mucho en el desarrollo creativo de la producción artesanal por la admiración que sienten hacia ellos. En el caso del Ecuador las culturas precolombinas se destacaron mucho en el enfoque artesanal durante su período de existencia, sin embargo hasta el día de hoy los artesanos son influenciados por el arte precolombino. Dentro de las ferias que se ejecutan en el interior y exterior del país se respeta con fascinación el arte de sus antepasados, por eso las obras artísticas son entendidas como provocaciones culturales. “Las personas que realizan las artesanías son artistas que desde la mirada cultural de sus pueblos toman elementos de su medio geográfico y social, creando y representando figuras, íconos, arquitectura, etcétera.”⁴⁰ Así se transmite el mensaje de las raíces de cada persona que elabora sus artesanías.

El resultado final de cada pieza es la creación artística de un pueblo, de una región o de un lugar determinado, por eso muestran características muy peculiares y distintas entre sí. El sector artesanal ecuatoriano se divide en cuatro regiones, Costa, Galápagos, Oriente y Sierra, en cada región se distinguen las características de las culturas antiguas que predominaron en la zona. “El arte indígena es producto de las constantes innovaciones y revoluciones tecnológicas que las primeras generaciones americanas desarrollaron para adaptarse al territorio y diseñar estrategias de vivencia.”⁴¹

⁴⁰ Memoria del Taller Internacional. Protegiendo la Propiedad Intelectual del Diseño Indígena. CHIRAPAQ. 2006. p.15

⁴¹ Op.cit. 40. pg. 17

Por ejemplo en la zona de la costa una de las culturas precolombinas que predominó fue la cultura Valdivia; aportó con distintas técnicas e influencias a la artesanía actual.

Las influencias de Valdivia que se conciben hasta el día de hoy son los rasgos que utilizaban en las figuras de arcilla y piedra, que se caracterizaban por las líneas gruesas y las formas redondas. Muchas de las artesanías de esta cultura eran basadas en sus “Venus de Valdivia” que son objetos hechos en barro y piedra resaltando la belleza de la mujer.

Piezas precolombinas elaboradas por la cultura Valdivia



Fuente: <http://www.edufuturo.com/imageBDE/EF/10523.venusValdivia.jpg>
http://farm3.static.flickr.com/2105/2962248929_37d3a75b5b.jpg?v=0
<http://amigosprecolombino.es/assets/2007/5/3/537-06.jpg>

Con el pasar de los años el arte y la artesanía se han convertido en herramientas que han evolucionado conjuntamente con el ser humano, sin embargo la influencia de los pueblos indígenas permanece en ciertas culturas.

“Desde sus inicios el ser humano desarrolló arte. Por ejemplo en arte rupestre el hombre representó animales de los que obtenía abrigo, vestido y comida. Más adelante el arte se entendió como parte de la vida religiosa y estaba estrechamente ligada a la agricultura y a la ganadería, así en el arte se reproducía la vida social y productiva. Más tarde, el arte aparece como un oficio, donde determinadas personas se especializan en hacer ropas, utensilios, etc.”⁴²

El arte moderno nace cuando el artesano gana el prestigio de representar el arte a través de sus ideas y pensamientos, es decir en la forma en que representa la realidad social. Lamentablemente con el transcurso del tiempo las piezas artesanales han dejado de ser únicas ya que han sido

⁴² Op.cit. 40. pg. 17

reemplazadas por la producción en serie. Así es como las revoluciones tecnológicas han influenciado en la producción de piezas artesanales, aunque en el Ecuador todavía existe una gran cantidad de artesanos que crean sus piezas de forma manual siendo estas únicas.

En el diseño artesanal actual se mantienen vigentes muchas de las características que utilizaban las culturas precolombinas, especialmente los signos y los símbolos, sin embargo lo que más ha trascendido en el diseño artesanal contemporáneo ha sido la utilización de colores.

Los artesanos utilizan diferentes técnicas de diseño para obtener cada producto dependiendo del material que van a utilizar. Cada uno es especialista en lo que mejor elabora, así pensando en lo que se puede lograr con el material de su preferencia nacen los diseños del artesano; por ejemplo con las fibras vegetales se hacen sombreros, bolsos, carteras, muebles, canastas, adornos, entre otros. Hay materiales artesanales en los que se pueden desarrollar varios objetos, sin embargo depende del artesano diseñador elaborar un objeto o varios del mismo material. Para que el diseñador pueda realizar productos de fibras vegetales es muy importante que tenga medidas estándares para asegurarse de que su producto esta hecho a un tamaño estándar que va a servir a cualquier usuario.

Productos confeccionados en fibras vegetales



Fuente: http://www.opendeco.es/wp-content/uploads/2007/09/indoor_wicker_rattan.gif
<http://www.tiendainternoxfam.org/img/p/475-842-large.jpg>
<http://www.artesanum.com/upload/postal/7/7/6/sombrero-104820.jpg>
<http://iifaem.files.wordpress.com/2007/11/ocoxal.jpg>

Otro material muy importante y muy desarrollado en el mundo artesanal es la lana. Con la lana el artesano diseña más prendas de vestir que objetos, sin embargo también diseña objetos tales como la máscara del diablo huma o tapices, la mayoría de prendas diseñadas con lana son para uso personal. El hilo también forma parte de lo que se conoce como tejidos

autóctonos. En esta técnica artesanal se realizan bordados, alfombras, ponchos, tapices, shigras, chalinas, anacos, hamacas etc.

Los bordados cumplen una función importante en el diseño artesanal, ya que muchos de estos son en base a sus culturas antiguas, con la diferencia que las actuales llevan más colores. Los colores que se manejan en los bordados actuales son: anaranjado, rojo, fucsia, azul, amarillo, verde entre otros. Los bordados se utilizan en varios objetos como por ejemplo en manteles, servilletas, centros de mesa y blusas.

Bordado



Poncho hecho de lana



Máscaras tejidas en lana



Fuente: <http://www.proyectoindio.org/images/mostrario.jpg>
http://ondagaucha.com/onda/components/com_virtuemart/shop_imageproduct.jpg
http://www.juventudecuatoriana.org/albums/album23/diablo_uma.sized.jpg

Por otra parte el diseño para tallar en madera consiste en la creatividad del artesano, dependiendo de lo que quiera realizar se dibuja en la madera y se talla. Los diseños más vistos en el tallo de madera son de imágenes religiosas, animales y humanos. Esta técnica se desarrolla con instrumentos para tallar la madera tales como gubias, vienen con distintas puntas para lograr un buen acabado en el diseño y en la imagen.

Piezas talladas en madera



Fuente: <http://1.bp.blogspot.com/sltzjs/s1600/156Aprenda+a+Tallar+Madera+DP.jpg>
<http://www.escultorjuandelgado.com/images/t11RED.jpg>
<http://tusmanualidades.org/wp-content/tallado-de-madera.jpg>

La técnica de la cerámica es en la que más permanece la influencia de las culturas precolombinas. Muchos de los diseños de cerámica se parecen a las vasijas precolombinas. Existen algunos diseños de cerámica que son innovadores como los floreros, vajillas entre otros.

Objetos producidos en cerámica



Fuente: <http://www.guiadkn.com/imagesdkn/colecciones/103/imagen//ceramica08.jpg>
<http://iifaem.files.wordpress.com/2007/11/ceramica.jpg>
http://www.perutoptours.com/jpg/01am/cch_ceramica_03.jpg

El diseño artesanal influye en el cuero porque son prendas hechas a mano, sin embargo el diseño para la talabartería se relaciona más con el diseño de modas. El cuero en el Ecuador principalmente en el sector de Imbabura se usa para prendas que utiliza el ser humano en su vida diaria como: chompas, pantalones, carteras, billeteras, correas, etc.

Talabartería



Fuente: <http://imagenes.acambiode.com/empresas/4/2/1/9/productos/C1130.jpg>
http://www.chinaluckytrade.com/productsimages/fashionleatherbelt_70479.jpg
<http://www.globaltextiles.com/html/images/upload/tradeleads/348/347042.jpg>

Existe una variedad de técnicas artesanales que se consideran como “otros” entre estos están, objetos hechos de tagua, bisutería, orfebrería, dulces y muchos otros que pasan a ser secundarios ya que no son muy conocidos, sin embargo para el diseño artesanal este grupo de “otros” es importante ya que buscan una forma de vida a través del desarrollo artesanal.

Bisutería



Llaveros hechos de tagua



Dulces tradicionales



Fuente: <http://www.vanitatis.com/cache/2010/02/26/57carlabulgaria3.jpg>
http://imagenes.solostocks.com/z2_962/llaveros-disenos-exclusivos-tagua.jpg
<http://www.artesaniaparelelo.com/imagenes/8.coco/2g.jpg>

El diseño artesanal se basa en la técnica y en la creatividad de cada artesano. Muchos artesanos tratan de crear productos innovadoras con el fin de llamar más la atención del consumidor.

3.3 Semiología o Semiótica

El diseño abarca varios conceptos con la finalidad de crear un producto concreto y representativo. La semiología es uno de los muchos términos que abarca el diseño, y fue creada por Ferdinand de Saussure en 1916 a partir de las notas de sus estudiantes.

“Se puede concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social. Tal ciencia sería parte de una psicología social. [...] Nosotros la llamaremos Semiología. Del griego semeion = signo. Ella nos enseñará en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que lo gobiernan. [...] La lingüística no es más que una parte de esta ciencia general. Las leyes que la Semiología descubra serán aplicables a la lingüística...”⁴³

El interés principal de Saussure era establecer una teoría de signos como una disciplina formal explicativa. La interpelación a la realidad social a través de sus signos permite decir algo más que lo explicativo.

Saussure definió al signo como una entidad binaria, de dos caras. Las dos caras representativas del signo son concepto e imagen acústica. La imagen acústica es la representación material que da testimonio sensorial, por ejemplo al oír una canción la persona crea una imagen de lo que

⁴³ SEXE, NESTOR, Diseño.com, Paidós, 2001. p.22

escucha. Por otra parte el concepto está ligado al aspecto abstracto del signo, (la idea que el signo transmite). Saussure denominó significado al concepto y significante a la imagen acústica, así concluyó la definición del signo mientras que semiología viene de las palabras griegas semio – signo y logos – estudio.

Por otra parte existe el término semiótica que se vincula más a la tradición anglo-americana ya que fue introducida por Charles Sanders Peirce, un americano nacido en Cambridge, conocido como el padre de la semiótica moderna. La semiótica moderna involucra varios términos representativos del diseño entre esos el signo; su función es en base a la lógica sobre las condiciones que debe cumplir un discurso para tener sentido, convirtiéndose en una doctrina formal. Conforme pasaron los años se pudo concluir que entre la semiología y la semiótica no hay diferencias ya que las dos doctrinas transmiten la misma enseñanza.

3.3.1 Principios y propiedades del signo

El signo tiene cuatro propiedades generales de tal manera que ayudan a interpretarlo de una manera significativa. La unión entre el significado y significante se comprende por arbitraria ya que no hay ninguna relación natural entre el significado y significante. Otras propiedades generales del signo son el significante, la inmutabilidad y la mutabilidad.

El significante o concepto es catalogado por ser elegido libremente; existe inmutabilidad porque generalmente hay una comunidad que impone el concepto de un signo. La mutabilidad es existente en el signo porque se desarrollan signos que se refieren a nuevos conceptos o reemplazan a conceptos ya existentes. “La inmutabilidad es sólo más evidente que la mutabilidad; las situaciones en las que el signo muta, por contemporáneas y cercanas, hacen que la mutabilidad no resulte tan obvia.”⁴⁴ Cada persona es libre de interpretar los signos a su manera, sin embargo en el transcurso de la

⁴⁴ Op.cit 43 p.27

historia se han implementado signos universales que cumplen con el objetivo de que todas las personas en el mundo interpreten lo mismo.

La mayor parte de la comunicación visual desarrollada a través del diseño gráfico es mediante signos establecidos o elaborados por el diseñador. “Un diseño es comunicable cuando su signo es relacional.”⁴⁵ La cualidad de atributo que tiene un diseño es el concepto o significado que se le otorga al producto en base al signo. Es muy importante la interpretación de los signos y símbolos en la artesanía ya que así es como las personas se dan cuenta de la identidad cultural que tiene el producto.

En el 2004 se creó un proyecto para realizar una marca turística de la ciudad de Quito, este trabajo bien elaborado se logró a través de los signos. Lo que se quería lograr a través del proyecto era identificar algo que podía representar a Quito con claridad y autonomía. Después de varios meses de investigación se llegó a conocer que el colibrí personificaba a la ciudad, ya que esta ave es autóctona de la zona de Quito y sus alrededores, es parte importante de la cultura ancestral quiteña, siendo protagonista de mitos y leyendas.

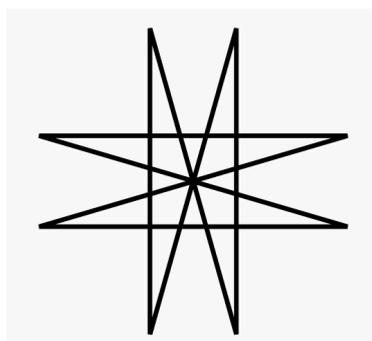


Sello Colibrí (Quinde)
500 años A.C.

En base a este sello ancestral del colibrí se realizó la investigación de las culturas antiguas para poder llegar a una simplificación y crear la imagen global para Quito.

⁴⁵ Op.cit 43 p.44

Se investigó bastante sobre las culturas pre-incaicas y se halló un símbolo muy importante y representativo de lo que es Quito. Este símbolo pre-incaico de la cultura Quito-Cara es una estrella de ocho puntas que simboliza la importancia de Quito como Centro Ceremonial, ya que se hallaba en la mitad del Mundo.



Estrella de 8 puntas Quito- Cara

Al interpretar ambos signos/ símbolos se elaboró una simplificación en relación al sello de hace 500 años A.C del quinde y a la estrella de 8 puntas.



Simplificación Blanco y Negro



Simplificación a Color

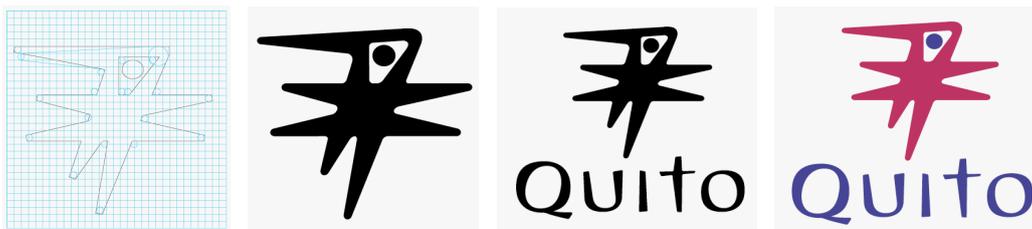


Marca Final



Aplicación de Marca

Sin embargo a pesar de ejecutar la simplificación sobre el sello ya establecido se realizó otra simplificación con los mismos elementos.



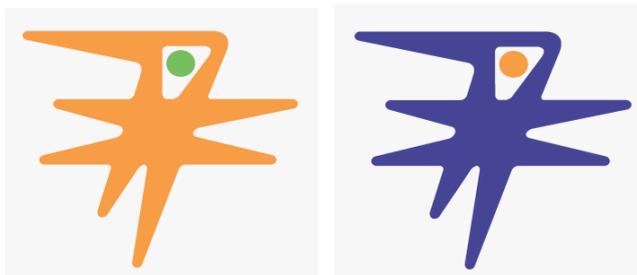
Simplificación de Colibrí y de Estrella de 8 puntas

Conjuntamente con esta segunda simplificación se utilizaron pantones de distintos colores para personificar algunas áreas de la ciudad de Quito.



Área Urbana

Reservas Naturales



Artesanía

Arqueología, Geología



Marca compuesta por las 4 áreas

En la segunda propuesta realizada se puede apreciar como un símbolo personifica a dos signos importantes de Quito. Las cuatro áreas de distintos

colores pueden ser utilizadas por separado y en conjunto mostrando así también una marca.

Este caso de estudio fue un proyecto realizado por la agencia de publicidad Rivas Herrera con el fin de dar una identidad a la ciudad de Quito para Miss Universo 2004.

3.4 Teoría del Color

La teoría del color es otro concepto que abarca el diseño y la artesanía al igual que los mencionados anteriormente. El color es una de las bases fundamentales del diseño para cumplir con sus objetivos, ya que ofrece varias ventajas perceptivas. La estabilidad del color es más fuerte que la de las formas, pese a esto se le juzga al color como el valor agregado de las formas o de los signos. “El color ha sido objeto de reflexión en las dos tradiciones del pensamiento: la tradición objetiva, ligada al pensamiento científico positivista y la tradición subjetiva, ligada al pensamiento humanístico.”⁴⁶ Históricamente el color mantiene dos tipos de pensamientos tradicionales en el cual se fundamenta su descendencia.

La tradición objetiva del color nace del pensamiento newtoniano por los tres principios básicos de la física: el principio de masa, el principio de inercia, y el principio de acción y reacción. Estos principios son un modelo de pensamiento. La tradición objetiva tiene el propósito de explicar el color como un fenómeno físico pero sobretodo hacer del color un dato verificable y cuantificable. El pensamiento newtoniano puede explicarse como los intentos de alcanzar la medición del color.

El desarrollo de los modelos explicativos y las técnicas se deben al desarrollo de la física. A partir de este pensamiento se define el color como la percepción de una forma de energía. La franja visible como luz blanca del espectro humano es la luz del sol en nuestro planeta y es la mezcla o unión

⁴⁶ Op.cit 43 p.145

de todos los colores, que percibimos como el arco iris. La descomposición de aquello tiene la presencia de tres colores fundamentales; los primarios: rojo, amarillo, y azul; y los colores complementarios: el verde, el naranja y el violeta. Los colores primarios son conocidos como monocromáticos o monocromías, los colores constituidos por dos primarios son bicromáticos o bicromías y los colores constituidos por los tres primarios son tricromáticos o tricromías.



Fuente: <http://somospadres.com/articulos/Julio/alguno13.jpg>
http://2.bp.blogspot.com/_fv9qASaGppl/SU-XiWl/fcD/s400/bicromia+1.jpg
http://3.bp.blogspot.com/_n0Jvw0/A9tvk/s400/tricromia-bicromia.jpg

Los colores acromáticos también conocidos como el blanco, negro y escala de grises son considerados colores neutros porque absorben o reflejan la proporción, no poseen tonos. Los colores se clasifican en fríos y cálidos, los cálidos son los tonos que van desde el amarillo al rojo y los fríos son los tonos que van desde el azul al verde. La tradición subjetiva del color expresa lo que el lector percibe a través del color o los colores que ve. Las diversas significativas simbólicas que tiene el color son culturales. La interpretación que cada persona tiene de los colores pertenece al origen de dónde fue criado y bajo que conceptos aprendió; aunque en la mayor parte del mundo los colores son universales.

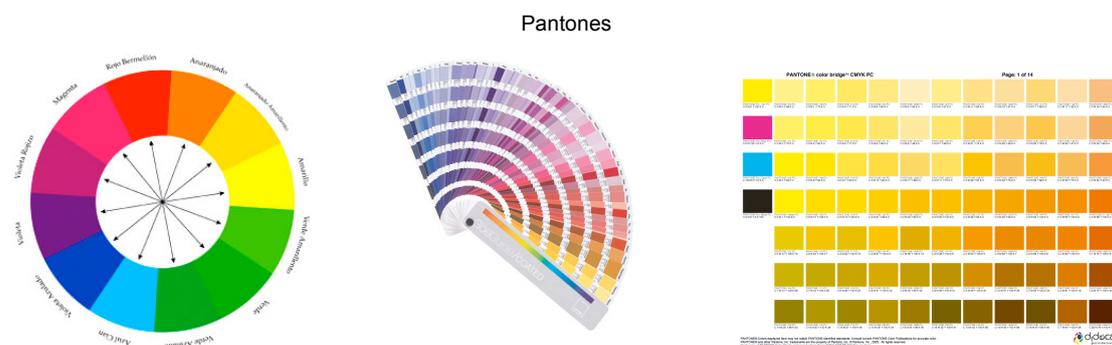


Fuente: <http://www.cristalab.com/images/tips/photoshop/combinar-colores/007.png>
<http://www.pinturaskoral.com/images/ideas/frios.jpg>
<http://www.pinturaskoral.com/images/ideas/calidos.jpg>

La teoría del color influye también en las emociones de las personas, esto puede causar consecuencias en el producto final del diseñador, sin

embargo al igual que el resto de conceptos que forman parte del diseño gráfico, el grupo social al que va a ser transmitido el mensaje será muy influyente en cuanto a los colores utilizados en el diseño.

Los colores dependen mucho del concepto asignado por el grupo social ya que un diseño para un concierto de “Hardcore” no va a tener los mismos colores que un diseño para niños. Se utilizan diversas técnicas para elegir y combinar los colores correctos, por esta razón cada color tiene una gama de más claro a más oscuro, esta diversidad de los colores es mejor representada en pantones. Para crear la identidad corporativa o imagen global, es indispensable que existan colores, signos, formas y tipografías ya que por lo general tienen mucha presencia en lo que es imagen corporativa.



Fuente: <http://picses.eu/keyword/circulo%20cromatico%20de%20colores/>
http://www.pubmerc2go.com/el_color_en_el_punto_de_venta
http://www.gestiondecolor.es/pantone_color_bridge_cmyk

En la artesanía actual también se utilizan distintos pigmentos para teñir los textiles, este sistema de manejar diferentes colores se usa principalmente en la provincia de Imbabura donde se desarrollan varios productos textiles. Los pigmentos son compuestos orgánicos en el que el color se debe a los cromóforos, que son átomos unidos por dobles enlaces. Sin embargo, existen otros elementos como la tagua en la que también se utilizan pigmentos para pintarle de un color específico. Los pigmentos componen distintos colorantes, estos también se usan para conceder color a las fibras vegetales y/o a las telas.

Pigmentos de distintos colores



Fuente: <http://www.apisanz.com/tienda/images/colorantes-jabon.jpg>
http://2.bp.blogspot.com/_yLGorHYqUP8/s400/pigmentos.jpg
http://www.quimicamalabia.com.ar/web_images/pigmentos.jpg

Los colores que se manejan en la artesanía ecuatoriana son colores muy vivos y llamativos, como el amarillo, fucsia, anaranjado, verde, celeste, azul, rojo, entre otros. Se utilizan todos los colores pero en gamas distintas combinándoles entre sí para darle al producto un valor agregado.

3.5 Imagen Corporativa

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía o una empresa social. Una empresa social es todo organismo o grupo humano organizado que emprende acciones sobre un público para introducir cambios e innovaciones en su entorno social. Esto quiere decir que una empresa no es solamente una entidad financiera, productora, social o cultural, sino un sistema integral de comunicaciones.

Existe una confusión frecuente debido a la ambigüedad semántica –o la polisemia, dirían los semiólogos- del término *imagen* y al uso abusivo que se hace de él. Esta palabra está muy marcada por la acepción inmediata y más corriente de su etimología (del griego *eikon*, ícono, figura, y representación icónica). Pero sobretodo por nuestra experiencia empírica del contacto constante con el mundo (el entorno) que es predominante *visual*.⁴⁷

Una imagen se ve todos los días en las propagandas y comerciales, las informaciones, las señales de tráfico, en carteles, fachadas de centros comerciales, entre otros. La imagen está dentro de todas las técnicas de producción y difusión, tales como el cine, la prensa, la fotografía. Este tipo de imágenes que percibimos a diario son penetradas por las formas variables de

⁴⁷ COSTA, JOAN, Imagen corporativa en el siglo XXI, La Crujía, 2009. p.17

la moda y ligados a lo aparente, lo decorativo. Cuando las personas observan estas imágenes asocian directamente con la imagen corporativa de la empresa, pero lamentablemente no es así. “ Se ha producido una desviación del concepto original de la imagen como representación de la realidad visible, en favor de la apariencia directa de las cosas, lo cual tiene su importancia sociocultural más allá de lo puramente lingüístico.”⁴⁸ En este caso no es solamente importante identificar a la marca sino también interpretar la creatividad del diseñador; por qué utilizó ese signo, esos colores, esa tipografía, etc.

La tipografía también influye mucho en los componentes del diseño, ya que lo ideal es crear el diseño formando una composición. Existen dos familias en las que se clasifica a la tipografía, la serif y las sans serif. La serif es toda letra que tiene detalles mientras que la sans serif no contiene ningún detalle. Es evidente que al igual que el resto de elementos que forman una composición la tipografía también depende del grupo social o target al que es designado el producto.

A partir de todos los elementos de diseño que se han mencionado anteriormente se crea la imagen o marca más conocida como logotipo. La imagen corporativa no está en el entorno físico, sino en la memoria de las personas. Los efectos que causan las imágenes de una empresa son de percepciones, deducciones, proyecciones, sensaciones, y emociones de las personas, que es lo que genera el significado de la imagen. Por lo general las personas se graban la imagen de la empresa en su cabeza. La imagen de cada empresa es subjetiva, por eso indirectamente representa el significado de sus acciones y comunicaciones.

A continuación el uso de la marca anterior del Ministerio de Turismo del Ecuador en una campaña en la que se quiere comunicar que el Ecuador es vida en estado puro. La campaña también fue realizada en el 2004 para

⁴⁸ Op.cit 47 p.19

Miss Universo realizado en Ecuador por eso consistía principalmente en transmitir un mensaje al mundo entero de las riquezas que tiene este país.



La vida en estado puro
Life at its purest

Marca Turismo Ecuador 2004

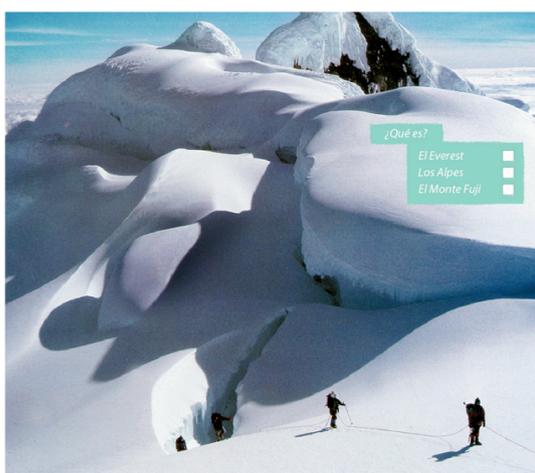
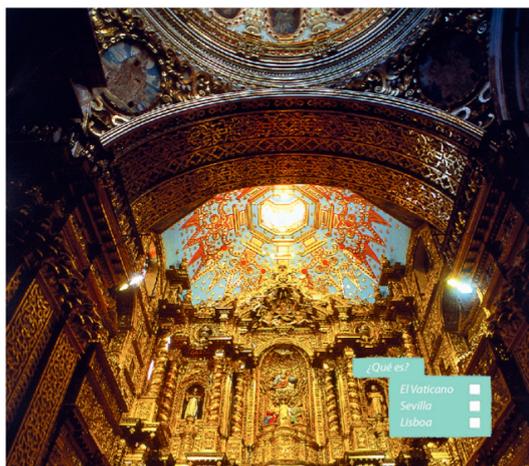
La marca turismo Ecuador se desarrolla en base a distintos signos/símbolos que representan a las cuatro regiones del Ecuador. Es una imagen que representa a todo un país, por ende es una marca que esta publicada en varios medios de comunicación.

El primer concepto de la campaña de esta marca era “tu también llevas la etiqueta de Ecuador.” Para lograr este objetivo se utilizaron diferentes símbolos ecuatorianos con una etiqueta de la marca.





El segundo concepto de la campaña era “tu Ecuador es el mundo resumido en un solo país.” La gráfica de este concepto se basa en varios paisajes que hay en el Ecuador y se pregunta qué parte del mundo es, con el fin de comunicar que el paisaje es Ecuador.



El tercer concepto de la campaña era “tu Ecuador es único en el mundo.” El concepto es sustentado gráficamente por fotos de todos los rincones más impresionantes del país junto al signo de ® registrado.



La imagen corporativa no necesariamente tiene que estar relacionada con una empresa, después de ver esta campaña realizada por la agencia de publicidad Rivas Herrera un logotipo siempre es el mismo, sin embargo dependiendo del manejo de marca se connotan diferentes mensajes.

3.6 Diseño Industrial

Por otro lado el diseño industrial forma parte también de la imagen global ya que sintetiza conocimientos, técnicas, y creatividad. Dentro del sector comercial, el envase adquiere cada vez mayor importancia para la venta de sus productos ya que un buen envase crea un reconocimiento inmediato al consumidor. “Un envase es el contenedor que está en contacto directo con el producto mismo que guarda, protege e identifica además de

facilitar su manejo y comercialización.”⁴⁹ Existen tres tipos de envases el primario, que es el que tiene contacto directo con el producto, el secundario es un contenedor unitario de uno o varios envases primarios y el terciario unifica y protege al producto a lo largo de una cadena comercial. Un buen envase refuerza la imagen del producto a través de sus connotaciones simbólicas que los integran materialmente.

Los materiales que forman parte del envase son sumamente importantes para el producto. Uno de los materiales que se utiliza frecuentemente para crear un envase es el papel. “El papel es un conglomerado de fibras de celulosa dispuestas irregularmente, pero fuertemente adheridas entre sí, en una superficie plana.”⁵⁰ Las principales propiedades que debe tener el papel para hacer un envase son resistencia a la rotura por tracción, resistencia a la fricción, grado de satinado, resistencia al agua, propiedades ópticas, aptitud para la impresión, impermeabilidad a las grasas, resistencia a la luz, barrera a líquidos o vapores y un PH de 7 a 8.5.

Todas las propiedades mencionadas hacen que el papel sea uno de los envases más comunes dentro del mercado. Con el papel se crean envases tales como bolsas o sacos, cada uno con diferentes características para abrir y cerrar. El cartón es otro material que se usa mucho en los envases de ciertos productos. “El cartón es una variante del papel, se compone de varias capas de éste, las cuales, superpuestas y combinadas le dan su rigidez característica.”⁵¹ Se considera cartón si el grosor es mayor a 65 gramos. Con el cartón se forman cajas plegadizas porque tienen un uso bastante extendido y son utilizadas como envase primario del producto. Los envases son muy importantes dentro de la imagen global de los artesanos, ya que es una identificación de sus productos.

⁴⁹ VIDALES, GIOVANNETTI, MA. DOLORES, El mundo del envase, G. Gili S.A. de C.V. 1995.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.



Fuente: <http://www.ecologiablog.com/post/985/elizabeth-ensasada-en-carton->
<http://www.clasificadosecuadoronline.com/-2-Servicios-Otros>
<http://www.inhabitat.com/wp-content/uploads/ecobags4.jpg>

Hoy en día se habla mucho del boom del eco diseño y del impacto que esta nueva tendencia ha tenido en la sociedad. El eco diseño consiste en el reciclaje, en crear objetos con cosas reutilizables, reusables y reciclables; trata de cuidar el medio ambiente. A partir de este nuevo concepto se han creado bolsas de tela que pueden ser reutilizables en todos los sentidos. Los envases contemporáneos se están creando en base a esta tendencia innovadora.

Dentro de lo que es el diseño industrial en relación a los artesanos ecuatorianos, es muy importante el manejo de los escaparates y/o stands en las ferias. Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española un escaparate es una “especie de alacena o armario, con puertas de vidrios o cristales y con anaqueles para poner imágenes, barros finos, etc.”⁵² En el caso de los artesanos existen pocos escaparates donde ellos exhiben sus productos, estos están situados en los aeropuertos de Quito, Guayaquil, Cuenca y Galápagos.

Los stands son mucho más importantes en el ámbito artesanal ya que para todas las ferias el artesano necesita de un stand para poder exponer sus productos. Un stand es el espacio de una feria donde alguien expone y presenta sus productos, por esta razón es que los stands no tienen una medida estándar ya que depende mucho del lugar donde se realiza la feria para definir los espacios. Es trascendental que el stand sea atractivo al

⁵² Real Academia Española. http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=feria (11de octubre 2010, 10H00)

cliente y cause mucho impacto visual en la gente, ya que resulta ser una estrategia promocional para vender el productor con mayor facilidad.

El diseño se compone con muchos términos que lo forman para conquistar el mercado al que quiere llegar. Los artesanos en el Ecuador hacen uso del término diseño o del verbo diseñar para producir sus artesanías a diario. El diseño en este caso no solamente involucra a la acción que ejerce el artesano, sino también a la imagen global con la que el artesano o los artesanos ecuatorianos son identificados nacional e internacionalmente.

Capítulo IV: Desarrollo de las artesanías en la actualidad respecto a su comercialización.

Para cumplir con el objetivo general se aplicarán las técnicas de investigación tales como observación, documentación y diálogo a través de entrevistas, encuestas, fotografías y filmaciones. La observación será fundamental para encontrar la dificultad que tienen los artesanos al difundir su imagen por el Ecuador y el mundo. En esta investigación para reconocer y analizar el problema, el enfoque que se va a usar va a ser un enfoque mixto entre cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo va a cumplir con el propósito de describir a los artesanos su vida diaria, cómo se desenvuelven y sus necesidades, mientras que con el enfoque cuantitativo se va a conocer cuántos artesanos necesitan difundir sus artesanías alrededor del mundo y en el Ecuador.

Primera Etapa

La metodología del diseño se divide en cuatro etapas. La primera etapa consiste en formular y definir el problema; es considerada como la fase de la investigación, ya que dentro de esta fase se realiza también la investigación.

Existen dos tipos de investigación, investigación de campo e investigación bibliográfica, en este caso se va a realizar la investigación de campo y/o bibliográfica para profundizar la investigación y obtener mejores resultados. La investigación de campo se realiza a través de medios visuales, encuestas, entrevistas, visitas entre otros. Después de realizar la investigación se formulará una hipótesis y se continuará a la segunda etapa.

Segunda Etapa

La segunda etapa consiste en la esquematización, alternativas de solución y concluye con alternativa final de la solución. Esta etapa es considerada como la fase de comunicación.

Tercera Etapa

La tercera etapa consiste en realizar la propuesta real, el análisis de la propuesta para controlar la calidad, y luego ya se realiza la propuesta final.

A la propuesta final se le revisa y se recibe recomendaciones al igual que conclusiones, finalmente se crea el documento definitivo. La tercera etapa es la fase de ejecución.

Cuarta Etapa

Por último la cuarta etapa conocida como la fase de sustentación consiste en la preparación de la presentación oral y producción de material de apoyo. Para finalizar este proceso de metodología se concluye con la defensa del trabajo de titulación.

Después de definir el enfoque de la investigación se definen los alcances. Se usará dos tipos de alcances: exploratorio y descriptivo. El alcance exploratorio va a consistir en examinar dónde y cómo viven los artesanos, cuál es la población actual de artesanos en el Ecuador. Mientras que el alcance descriptivo va a cumplir con la función de analizar y especificar las características principales de los artesanos.

4.1 Población

La población son los artesanos ecuatorianos y los consumidores de productos artesanales en el Ecuador. Dentro de las cuatro regiones del Ecuador existen 30,000 artesanos registrados en el MIPRO.⁵³ Gran parte de los artesanos salen a vender sus artesanías en la ciudad o emigran a otros pueblos dentro del Ecuador o al exterior. Es una población de acceso fácil ya que se van a realizar ferias en Quito, Guayaquil, Cuenca y Galápagos. Más

⁵³ Op.cit 17

allá de eso, existen también muchos artesanos: en Otavalo, Ibarra, Riobamba y otros lugares cercanos a Quito.

En el Ecuador existen varias personas que compran las artesanías, ya sean extranjeros o ecuatorianos. La población anual de consumidores de productos artesanales es de 200,000 personas.⁵⁴ Para esta investigación se utilizarán dos poblaciones ya que tienen la misma importancia el artesano y el consumidor de sus productos.

Durante la investigación se harán varios viajes a distintas provincias del Ecuador para realizar el enfoque cuantitativo a través de la recolección de datos. Identificando a la población y a la muestra de estudio se procederá a la investigación basada en un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) para dicho estudio se realizarán encuestas y entrevistas con preguntas cerradas que permitan cuantificar las respuestas, al igual que se realizarán preguntas abiertas para así tomar en cuenta los puntos de vista y experiencias de los entrevistados.

Utilizando la fórmula estadística de población homogénea en la muestra de estudio será de: 395 individuos para la población de los artesanos, mientras que para la población de consumidores de productos artesanales la muestra es de: 399 individuos.

$$n = \frac{200,000}{0,05^2(30,000-1)+1} = 395$$

$$n = \frac{200,000}{0,05^2(200,000-1)+1} = 399$$

⁵⁴ Op.cit 17

4.2 Investigación de Campo

La investigación de campo será realizada en varias provincias de la sierra ecuatoriana donde existe una variedad de artesanos provenientes de distintos lugares del Ecuador.⁵⁵ Será efectuada en las provincias de Pichincha y Imbabura ya que en estos sitios se encuentra la población a ser encuestada. Se realizarán las encuestas en diferentes ferias y/o lugares artesanales donde se encuentra el artesano y el comprador que son los principales personajes para realizar este proyecto. La población a ser encuestada se encuentra en mercados tales como el Mercado Artesanal, la Mitad del Mundo, en el Mercado Artesanal del Sur, en el Centro de Quito, la Feria de Otavalo, almacenes alrededor y en Cotacachi en distintas tiendas donde se venden artesanías. Dentro de la provincia de Pichincha se encuentran muchos artesanos de diferentes regiones del país que han sido registrados en el Ministerio de Industrias y Productividad.



Fuente: www.maps.google.com

4.3 Instrumentos de Investigación

4.3.1 Entrevistas

Economista Washington Vaca: Dirección de Artesanías MIPRO. Tiene 55 años, ha trabajado en el área artesanal del MIPRO 20 años. Ha realizado varias investigaciones sobre el labor y la vida artesanal.

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja usted en el MIPRO?

Trabajé en el MIPRO desde hace 20 años.

⁵⁵ Op.cit 17.

2. ¿En qué área desarrolla su trabajo?

Desarrollo mi trabajo en la dirección de artesanías, mi principal función es realizar investigaciones sobre como los artesanos se desenvuelven a nivel nacional e internacional.

3. ¿Cuántos otros proyectos se han realizado para promover a los artesanos desde que usted forma parte del MIPRO?

La verdad nunca se ha planeado con tanta pasión un proyecto para promover a los artesano como el que se esta dando hoy en día. La dirección de artesanías siempre ha tratado de buscar una forma en la que los artesanos tengan el respaldo del MIPRO para que ellos puedan tener un futuro mejor.

4. ¿En qué consiste el proyecto actual que se esta desarrollando para los artesanos ecuatorianos?

El nuevo proyecto tiene varios aspectos positivos, es obligatorio que el artesano se registre en el MIPRO (se llena un formulario muy sencillo) y luego de ser aprobado como artesano se les brindará capacitaciones que tratan de distintos temas para que ellos sepan manejarse nacional e internacionalmente. A todos los artesanos registrados en el MIPRO se les invitará a diferentes ferias en el Ecuador o en el exterior.

5. ¿Cuál fue la razón por la cuál nació este gran proyecto de promover a los artesanos?

Conjuntamente con otros compañeros realizamos una investigación sobre los artesanos en México y en Perú de la cual pudimos concluir que en el Ecuador no hay promoción para los artesanos, solamente para los que están en ferias dentro del país pero no a nivel global.

6. ¿Cuál es el principal objetivo que se quiere lograr una vez que se ejecute el proyecto?

El principal objetivo es que los artesanos ecuatorianos tengan identidad y motivación para poder triunfar en varias ferias, proyectos y

exposiciones dentro y fuera del país. Lo que se quiere lograr es que a todos los artesanos se los identifique por sus culturas, tradiciones, regiones, con el propósito de que todo esto forme un todo.

7. ¿Usted cree que los artesanos ecuatorianos tienen una identidad en el país?

A mi manera de ver los artesanos no tienen una identidad como ecuatorianos, esto es otro de los objetivos que se quiere lograr; darles a los artesanos una identificación que relacione el Ecuador y sus artesanías.

8. ¿Cuál sería una sugerencia para poder representar a los artesanos de las cuatro regiones en una sola marca?

Como ya mencione lo que el MIPRO quiere es una combinación de las culturas y tradiciones del Ecuador. Una idea para combinar a los artesanos, al Ecuador y a los antepasados en una sola marca sería utilizando signos o símbolos.

Diseñadora María José Jijón: Estudió diseño gráfico en Quito, realizó un master en el exterior. Tiene 29 años, maneja su propia empresa de diseño corporativo llamada TAXO.

1. ¿Cómo defines el término imagen corporativa?

La representación gráfica de una empresa o marca, involucra varios productos promocionales como por ejemplo, diseño de papelería, una variedad de productos promocionales, entre otros.

2. ¿Cuáles son los puntos principales para tomar en cuenta antes de realizar una imagen global?

Primero tienes que hacer una investigación de lo que el cliente te solicita, por ejemplo en tu caso tienes que ver a qué se dedican los artesanos, cómo viven ellos su vida diaria, luego haces bocetos (eso para mí es la parte más importante) de las ideas que obtuviste en la

investigación, vas presentando al cliente y realizas los cambios hasta llegar a la marca final.

3. ¿Cuándo tu realizas una marca/logo cómo escoges la tipografía?

Escoger la tipografía es una de las partes más difíciles por lo general yo siempre relaciono el tema y la tipografía, por ejemplo para la revista Vive Light utilizamos una letra liviana y suave (sans serif), y así depende de lo que me pida el cliente, siempre relaciono el nombre, la tipografía y la investigación para obtener mejores resultados.

4. ¿Según tu, que es algo que nunca puede faltar dentro de una imagen corporativa?

Para mi nunca puede faltar un color llamativo, me parece que los colores siempre le dan un toque de magia al logotipo y a la imagen corporativa.

5. ¿En el caso de los artesanos del Ecuador, cuál sería tu recomendación para unir las 4 regiones, culturas y tradiciones, todo en uno?

Te recomiendo buscar símbolos que representen a los artesanos o las artesanías más vendidas en el Ecuador, luego les relacionas con las regiones, es importante que la marca no se ve muy cargada.

6. ¿Cómo defines los colores para utilizar en tus logotipos?

Igual que la tipografía, depende mucho de lo que me pida el cliente y de como yo relaciono la marca, tipografía, investigación y color, pero como ya te dije en mis trabajos nunca hace falta un color fuerte que llame la atención.

7. ¿Qué productos promocionales recomiendas hacer para una identidad de artesanos?

Te recomiendo hacer tarjetas coleccionables, postales, etc. en las que pongas distintas artesanías para que así la gente conozca la variedad de artesanías que hay en el Ecuador.

Artesana Blanca Tituaña: Vende y hace artesanías en el mercado artesanal de Quito. Es de Otavalo, aprendió a hacer sus productos desde muy pequeña, aprendió de sus padres y hermanos.

1. ¿Usted consta como artesano registrado en el MIPRO?

No, yo no he sabido nada de ese proyecto, no hacen promoción y nadie nos avisa.

2. ¿Le interesaría ser parte de una asociación de artesanos?

Tengo la suerte de permanecer a una, sino, no estaría vendiendo mis artesanías aquí (mercado artesanal Quito).

3. ¿Cuáles son sus objetivos de vida como artesano?

Me gustaría poder participar en muchas otras ferias, no solo en esta. Quisiera irme a vender mis artesanías en el extranjero pero no tengo las posibilidades económicas.

4. ¿Se siente identificada como artesana ecuatoriana?

Si, me siento identificada como ecuatoriana, yo nací en el Ecuador y las artesanías que yo hago representan a mi pueblo, a mi cultura.

5. ¿Qué técnica utiliza para que sus diseños sean innovadores?

Mis manos, todo lo que usted ve aquí hice yo con mis manos, lo que les hace diferentes son la combinación de colores que utilizo.

6. ¿Qué le identifica a usted como artesana?

Los productos que yo tengo y mi número de local, tengo una tarjeta de identificación para los turistas, por si acaso me vayan a contratar en el extranjero (risas).

4.3.2 Encuestas

Encuesta para artesanos

1. **Usted es ¿artesano o vendedor?**
 artesano
 vendedor
2. **¿De qué región del Ecuador viene?**
 Sierra
 Costa
 Oriente
 Galápagos
3. **¿Cuál es el producto artesanal que mejor elabora?**
 Fibras vegetales
 Tejidos autóctonos
 Tallado en madera
 Talabartería
 Cerámica
 Orfebrería
 Otros:
4. **¿Dónde aprendió o quién le enseñó a elaborar sus artesanías?**
 cursos artesanales
 transmisión de generación en generación
 aprendió solo.
5. **¿A qué se dedica en su vida diaria?**
 artesano
 comerciante
 artesano y comerciante
6. **¿Le interesaría tener una capacitación de diseño y comunicación por parte del MIPRO?**
 Sí
 No
 Le da lo mismo.
7. **¿En cuántas ferias nacionales ha participado?**
 0
 1 a 5
 6 a 10
 más de 10
8. **¿En cuántas ferias internacionales ha participado?**
 0
 1 a 5
 6 a 10
 más de 10

9. **¿De qué manera son elaborados sus productos?**

- De forma manual
 Industrial
 De forma manual y industrial

10. **¿Le gustaría tener una marca que les identifique a los artesanos?**

- Sí
 No

11. **¿Si usted cuenta con una marca quién la diseño?**

- Usted
 Un amigo/a
 Un familiar
 Mandó a hacer

Encuesta Para Compradores

1. **¿De qué nacionalidad es?**

- Ecuatoriana
 Extranjera

2. **¿Dónde compra las artesanías?**

- Ferias
 Almacén
 Mercados

3. **¿En qué tipo de embalaje le entregaron su producto?**

- Caja
 Funda de plástico
 Funda de tela
 Papel
 Cartón

4. **¿Le interesaría que el producto tenga un envase que le dé un valor agregado?**

- Sí
 No
 No le importa

5. **¿Es adecuado el envase en el que le entregaron el producto?**

- Sí
 No

6. **¿Qué tipo de atención tiene por parte de los vendedores artesanales?**

- Mala
 Regular
 Buena

4.3.4 Análisis y Tabulación de Encuestas

Encuesta Para Artesanos

Usted es ¿artesano o vendedor?

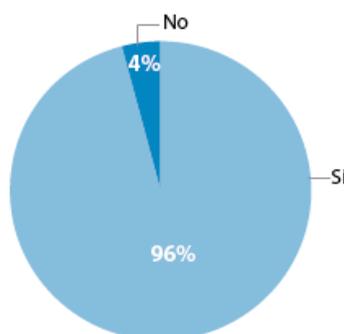


Gráfico 4.1

De los 395 artesanos encuestados el 96% es artesano mientras que el 4% se considera vendedor, sin embargo las respuestas de los vendedores no eran del todo claras ya que algunos se consideraban ambos, pero al elegir una respuesta concreta escogían vendedor. El 96% de la población artesanal se dedica a fabricar sus productos mientras que el 4% se dedica a vender productos elaborados por artesanos.

¿De qué región del Ecuador viene?

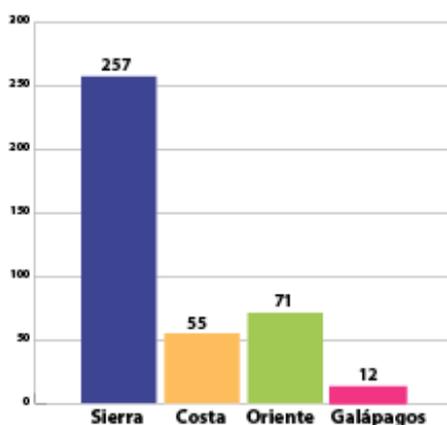


Gráfico 4.2

Es importante saber de qué región vienen los artesanos para realizar la marca, porque dentro de la Sierra donde se registran oficialmente los artesanos del MIPRO existen varios artesanos que vienen de otras provincias

para formar parte de este nuevo proyecto del Ministerio. Es importante tomar en cuenta a cada región para realizar la imagen de los artesanos ya que las cuatro regiones construyen la identidad del país. Es evidente que la mayor parte de los artesanos son de la Sierra, eso es porque tienen más facilidades de acceso y de movilidad dentro de su misma provincia.

¿Cuál es el producto artesanal que mejor elabora?

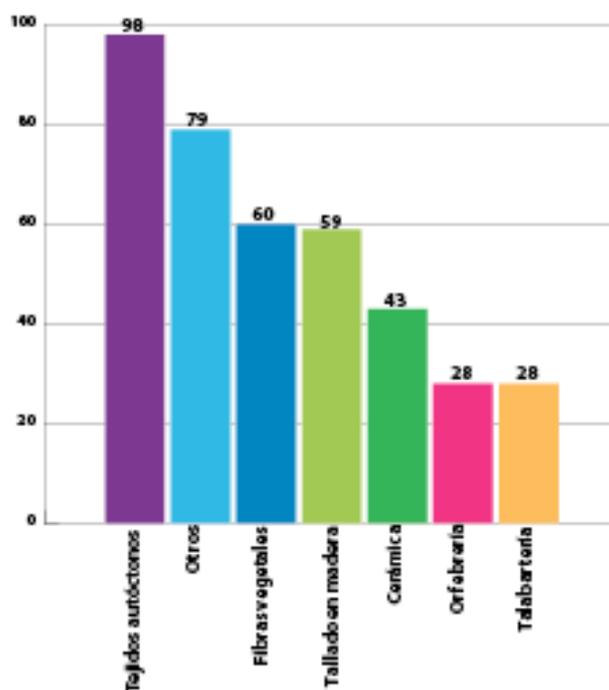


Gráfico 4.3

Es importante saber cual es el producto que mejor elabora cada artesano para poder realizar distintos productos promocionales. Muchos de los artesanos no se identificaron con las opciones propuestas en la encuesta y identificaron al producto que mejor elaboran como otros. Al realizar esta pregunta, cuando el artesano ponía otro se le preguntaba adicionalmente a que se dedica, existían respuestas concretas como por ejemplo, dulces, velas, bisutería, trabajo con plumas y semillas entre otros, sin embargo algunos encuestados elegían otros para recalcar que ellos realizan más de una de las artesanías señaladas anteriormente.

¿Dónde aprendió o quién le enseñó a elaborar sus artesanías?

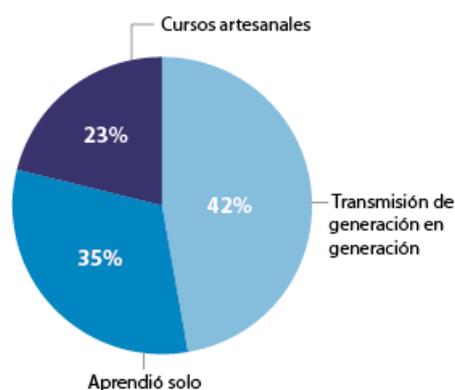


Gráfico 4.4

Esta pregunta se realizó para ver que puede ser representativo para crear la marca, como hubo 42% de artesanos que aprendieron las artesanías de sus antepasados se tratará de sacar distintos símbolos y signos antiguos que representen cada región. Es importante recalcar que no existe una gran diferencia entre los artesanos que aprendieron a hacer las artesanías por transmisión de generación en generación, los artesanos que aprendieron a crear sus artesanías solos, y los que aprendieron a hacer las artesanías en cursos artesanales; el interés que tiene la gente en hacerse artesano es muy grande por eso se desenvuelven de la mejor manera posible para ser parte de esta asociación.⁵⁶

¿A qué se dedica en su vida diaria?

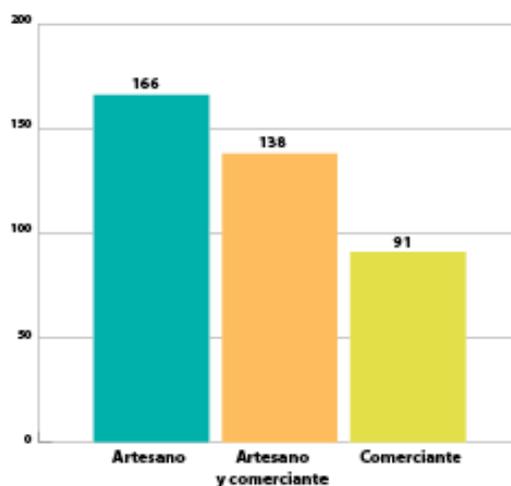


Gráfico 4.5

⁵⁶ Op.cit 17.

Hay un vínculo claro entre la pregunta uno y cinco con relación a si el artesano se considera artesano o vendedor. Muchos de los artesanos contestaron ser solo artesanos sin embargo ellos también venden sus artesanías pero no se consideran comerciantes. “No me considero comerciante porque no hago muchos negocios, solo vendo mis productos aquí en el Mercado.” Olga, artesana del Mercado Artesanal de Quito. Cuando se realizó la pregunta muchos dudaban de sus capacidades como comerciantes, después de hacer un análisis resultó ser, que muchos artesanos se dedican a la artesanía, lo cual ayuda a la creación de la marca porque así se puede tener un énfasis más directo hacia los artesanos.

¿Le interesaría tener una capacitación de diseño y comunicación por parte del MIPRO?

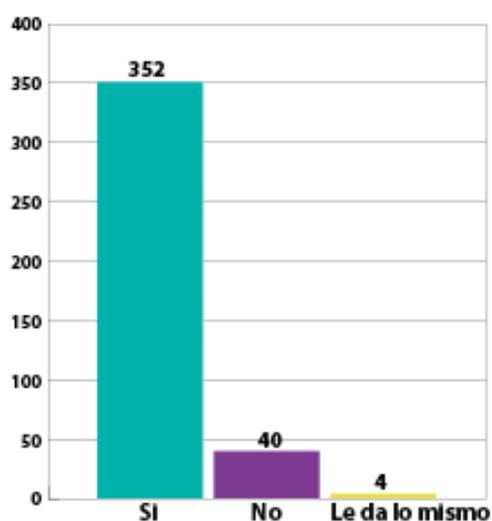


Gráfico 4.6

Al 89% de artesanos les interesa tener una capacitación de diseño y comunicación por parte del MIPRO. Es muy claro que la gran mayoría de los artesanos están dispuestos a participar en los proyectos que va a realizar este Ministerio, esto quiere decir que hay mucho respaldo de los artesanos hacia el MIPRO.

¿En cuántas ferias nacionales ha participado?

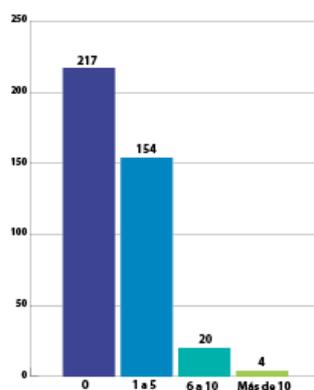


Gráfico 4.7

Existe muy poco interés en promover a los artesanos, es una triste realidad que el 55% de los artesanos encuestados no hayan asistido nunca a una feria nacional. Esta es otra de las razones para crear una imagen y promover a los artesanos como ellos se merecen tomando en cuenta diferentes técnicas que formen parte de su identidad para así difundirlos en varias ferias que se realizan dentro del país. Es necesario que el MIPRO ejecute su proyecto para que así los artesanos puedan desenvolverse a nivel nacional.

¿En cuántas ferias internacionales ha participado?

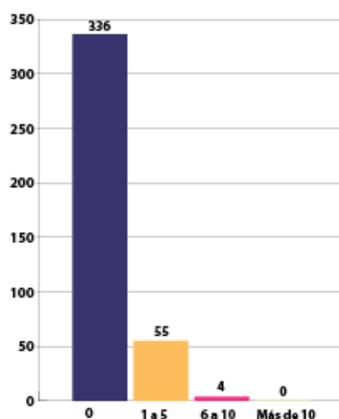


Gráfico 4.8

De 395 encuestados 336 equivalente al 85% no ha participado jamás en una feria internacional, solamente el 15% de la población encuestada ha participado, esto quiere decir que los artesanos ecuatorianos no son conocidos alrededor del mundo por falta de una campaña que los promueva y que la gente les conozca. Hay que destacar que realmente es necesario que

el artesano sea difundido globalmente para que tenga mayor presencia y pueda representar a la identidad de del país en el exterior.

¿De qué manera son elaborados sus productos?

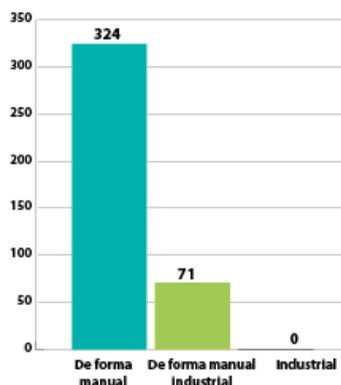


Gráfico 4.9

Con el avance de la tecnología se temía que muchos de los artesanos ya no desarrollen sus productos de forma manual sino de forma industrial, sin embargo el 82% de los artesanos siguen desarrollando sus productos de forma manual. Es muy significativo que el artesano todavía trabaje de forma manual, esto también se debe a la forma en la que aprendieron a hacer sus artesanías, una vez más la marca puede ser representada por culturas antepasadas que influenciaron en la artesanía actual.

¿Le gustaría tener una marca que les identifique a los artesanos?

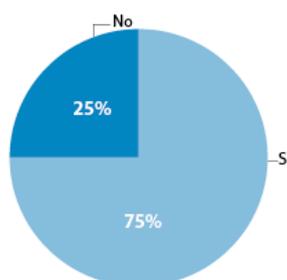


Gráfico 4.10

Algunos de los artesanos que respondieron que no les interesa tener una marca que les identifique fue porque creen que es importante ser únicos. “No me interesa tener una marca que nos identifique a todos los artesanos porque no me conviene”. Roberto, Propietario de La Piel, Cotacachi. La razón que Roberto dio por la cual no es conveniente tener una marca que identifique a todos los artesanos es porque le quita su propia identidad. La

otra cara de la moneda que respondió que sí justifica piensa que para ellos es mejor tener una marca ya que así les pueden reconocer mundialmente como artesanos ecuatorianos.

¿Si usted cuenta con una marca quién la diseño?

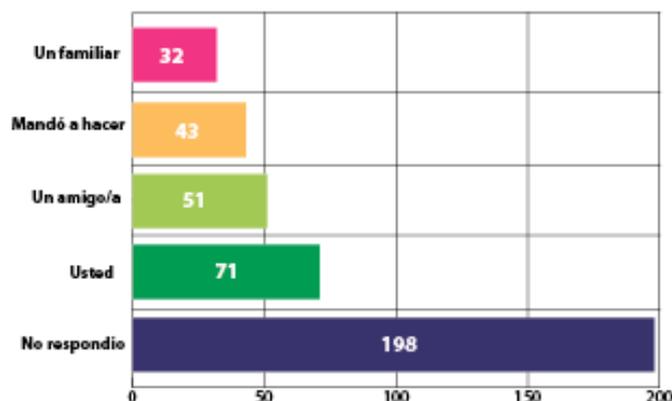


Gráfico 13

El 50% de los artesanos encuestados no respondió la pregunta ya que no cuentan con una marca. El 25% que cuenta con una marca es porque tienen un local o almacén donde venden sus productos, sin embargo el 18% diseñó su propia marca. Es importante saber si el artesano tiene una marca o no para así crear una marca que cause mayor impacto a los artesanos, esta tiene que ser compuesta por elementos que los identifican a ellos y al país.

Encuesta Para Compradores

¿De qué nacionalidad es?

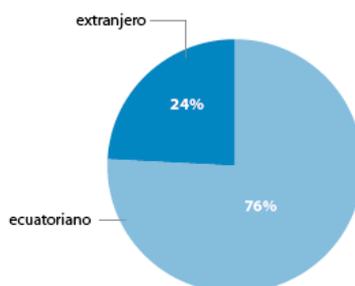


Gráfico 4.11

En las encuestas realizadas a los consumidores de productos artesanales fue indispensable preguntar de que nacionalidad es el comprador, ya que esto influye también en el grupo objetivo al que la marca va dirigida. Es evidente que noviembre no es un mes en el que hay muchos turistas en el Ecuador, sin embargo el 24% de los encuestados eran extranjeros.

¿Dónde compra las artesanías?

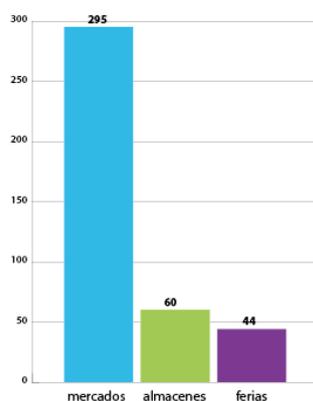


Gráfico 4.12

El 74% de los encuestados afirmaron comprar las artesanías en los distintos mercados artesanales dentro de las dos provincias elegidas para realizar la investigación de campo: Imbabura y Pichincha. Es una necesidad promover y desarrollar más ferias dentro del país para que se puedan concretar distintos objetivos artesanales, como el crecimiento hacia mercados internacionales.

¿En qué tipo de embalaje le entregaron su producto?

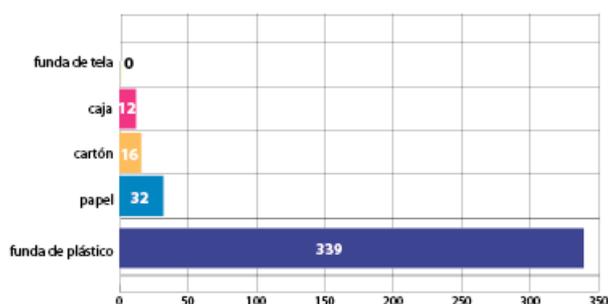


Gráfico 4.13

Los artesanos siendo una identidad cultural del país venden sus productos en almacenes, ferias, mercados y algunos hasta en la calle, sin embargo no importa dónde los venden ya que el envase no varía mucho. El 85% de encuestados afirmó que el producto que compró fue entregado en una funda plástica, el 8% que dijeron papel fue porque compraron algo de vidrio o cerámica, lo envolvían en papel y le metían igual en una funda de plástico.

Es notable que es el material más barato y que nadie quiere salir perjudicado por gastar más plata en el material del envase. Es importante tomar en cuenta el material que más se utiliza, para crear un envase y desarrollar un objeto nuevo que sirva para contener varias artesanías de distintos tamaños a igual o menor costo que las fundas de plástico.

¿Le interesaría que el producto tenga un envase que le dé un valor agregado?

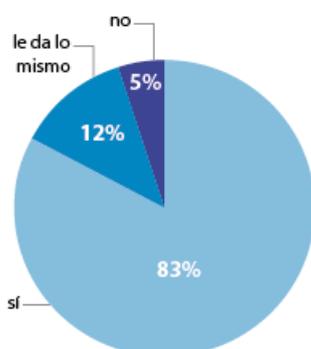


Gráfico 4.14

El enfoque que tiene esta pregunta es muy importante para realizar la propuesta ya que al 83% de los consumidores de productos artesanales les interesa que el envase del producto tenga un valor agregado sin costo. “Es fundamental darle una identidad a un envase artesanal, la artesanía significa la cultura de un país.” Ross, ciudadano extranjero.

¿Es adecuado el envase en el que le entregaron el producto?

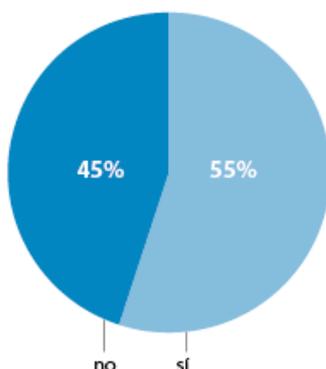


Gráfico 4.15

Muchas de las personas que respondieron que el envase en el que le entregaron el producto es adecuado es porque se conforman con la funda de plástico ya que se ha vuelto una costumbre. El consumidor no visualiza al artesano entregando sus productos en otro envase porque ese es el clásico. A la final la funda de plástico es un envase que cumple con su función en ciertos productos, en otros se vuelve muy frágil por el peso y se puede romper. Es relevante saber si al consumidor le pareció adecuado el envase en el que le entregaron el producto ya que eso demuestra, que del mismo material se puede crear un envase y darle algún valor agregado.

¿Qué tipo de atención tiene por parte de los vendedores artesanales?

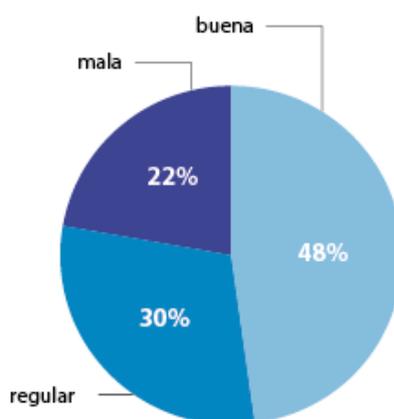


Gráfico 4.16

Es significativo saber el comportamiento de los artesanos con el cliente, ya que eso es lo que quiere implementar el MIPRO. El MIPRO quiere

capacitar a los artesanos en diseño y comunicación tomando muy en cuenta el trato hacia el cliente ya que eso les llevará a los artesanos ecuatorianos a triunfar en el extranjero.

Conclusiones

Al realizar la investigación de campo a los dos grupos objetivos, artesanos y compradores, se concluye que los artesanos de hoy han crecido con la tecnología pero siguen realizando sus productos de forma manual, lo cual hace único al producto. Por otra parte el consumidor de productos artesanales aprecia mucho estas manufacturas ya que como dijo un encuestado “la artesanía significa la cultura de un país”.

Tienen igual de importancia las dos poblaciones elegidas para realizar la investigación. A través de ambas se puede llegar a varias conclusiones como por ejemplo, muy pocas personas compran sus artesanías en ferias, y muy pocos artesanos participan en ferias, con estas respuestas se concluye que hay que buscar varias soluciones para promover más a los artesanos ecuatorianos con el objetivo de que se puedan difundir alrededor del mundo. Es evidente que tanto el consumidor como el artesano requieren que los artesanos tengan una identificación o marca para ser reconocidos.

Dentro del Ecuador existen cuatro regiones en las que en cada una de ellas habitan artesanos que manejan distintas técnicas para crear su manufactura, por eso para la creación de la marca global de los artesanos es muy importante tomar en cuenta las cuatro regiones del país y las principales culturas que influenciaron en la elaboración de sus productos. Conjuntamente con las dos poblaciones se irá trabajando la marca y el resto de productos promocionales que ayudarán a surgir a los artesanos y a satisfacerle al cliente.

Recomendaciones

Antes de realizar las encuestas y las entrevistas se recomienda informar al entrevistado en que consiste el proyecto que va a ser desarrollado para que ellos se basen en eso el rato de contestar sus preguntas. Se recomienda que las preguntas sean cerradas y concretas para cerciorarse de que el encuestado esta siendo real en su contestación.

Una forma de facilitar a los encuestados es hacer las preguntas de opción múltiple para que sus respuestas no sean abiertas, así dando una forma sencilla para que el investigador pueda contar con más facilidad y realizar distintas conclusiones de cada pregunta. Si es que existen muchas opciones como en la pregunta realizada a los artesanos de a qué se dedican es bueno darles la opción de otros ya que muchas veces no se sienten identificados con las opciones ya dadas.

Es importante interactuar de forma especial con la persona que va a ser entrevistada ya que muchas veces se intenta desviar del tema a ser solucionado, una vez que uno ya le conoce a la persona se obtiene más confianza y así se puede realizar la investigación de mejor manera. Es necesario ponerle al tanto al entrevistado sobre el proyecto para que sus respuestas sean en base al proyecto más no a otro tema.

Capítulo V: Propuesta

5.1 Antecedentes

Los artesanos del Ecuador se desenvuelven cada uno a su manera, algunos pertenecen a asociaciones, otros a gremios, unos trabajan en ferias y otros se manejan por si solos. El proyecto que esta ejecutando el MIPRO consiste en unir a todos los artesanos del país a través de una sola imagen con el objetivo de concederles más beneficios dentro de los cuales se sacará mayor provecho a las ferias nacionales e internacionales, y en otros aspectos que se manejarán dentro del proyecto más adelante. Es necesario que los artesanos ecuatorianos tengan una identificación, una imagen y varias estrategias de promoción para poder salir adelante con facilidad y mayor satisfacción.

5.2 Concepto y Marca del Logotipo

El concepto que se quiere obtener a través de la marca del logotipo es la unión y la representación del Ecuador y sus artesanos. Para la creación de la marca fue indispensable pensar en las cuatro regiones del país y en todos los artesanos que habitan en el Ecuador. Después de realizar la investigación se obtuvo un concepto interesante que se basa en las diversas culturas ecuatorianas. Se investigó ciertas características de cada región, cuáles son las culturas y elementos que influyen en la vida diaria de un artesano. De cada región se escogió un elemento importante: en Galápagos las tortugas, en la Costa las culturas precolombinas, La Tolita, en la Sierra las festividades del Diablo Huma y por último en el Oriente la cultura Shuar.

Logotipo al 100%



La figura detrás de cada máscara se formó con un cuadrado de vértices redondeados de 0.3 cm, para darle la inclinación necesaria se estiró un vértice a 75 grados otorgándole una forma parecida al trapecoide. Se realizaron varias pruebas con otras figuras como el círculo, rectángulo, cuadrado, y figuras irregulares. Finalmente se eligió esta forma por varias razones: su diferencia y originalidad, pero más que nada porque las cuatro formas unidas forman un rectángulo el cual facilita la lectura del nombre de la marca “unancha maki” ya que es horizontal.

El nombre de la marca proviene del lenguaje originario de los Andes quechua o quichua. En el Ecuador se habla esta lengua hasta el día de hoy en la provincia de Imbabura, en Otavalo principalmente. Es un lenguaje que de una u otra forma representa al Ecuador ya que ha marcado una trayectoria importante dentro de su historia.

La búsqueda del nombre no fue fácil, sin embargo siempre se tuvo en mente que tenía que estar relacionado de alguna manera con los artesanos y la vida artesanal. Este proceso se llevó a cabo luego de analizar varias palabras en quechua que representaban a los artesanos. El verbo “unancha” significa hacer mientras que el sustantivo “unancha” denota estandarte.⁵⁷ Por otro lado “maki” en quechua quiere decir mano,⁵⁸ la unión de “unancha maki” denota hacer a mano.

5.2.1 Isotipo

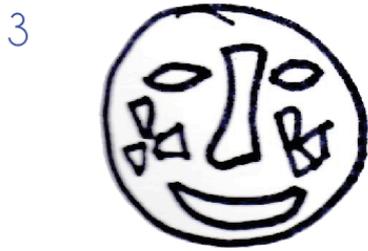
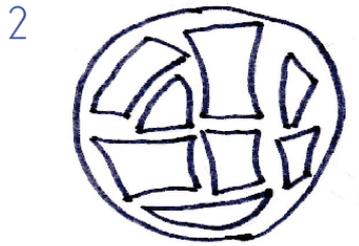
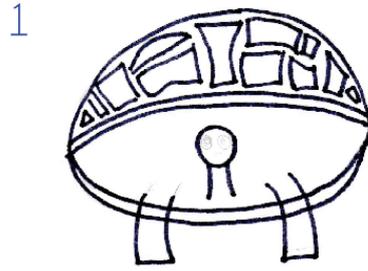
El desarrollo de la marca se manejó a través de un proceso de simplificación tomando en cuenta cada elemento nombrado anteriormente. Al momento de digitalizar se realizaron cambios pequeños para perfeccionar el trazo de los dibujos y se eliminaron ciertos detalles que se iban a perder al reducir a la marca. El proceso de simplificación se realizó en base a una foto, poco a poco se fueron puliendo los detalles hasta llegar al isotipo final.

⁵⁷ Diccionario Quechua. katari.org/diccionario/diccionario.php (28 de noviembre 2010, 22h00)

⁵⁸ Ibid.

Proceso de Simplificación

Galápagos



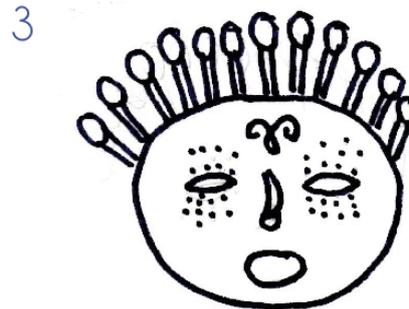
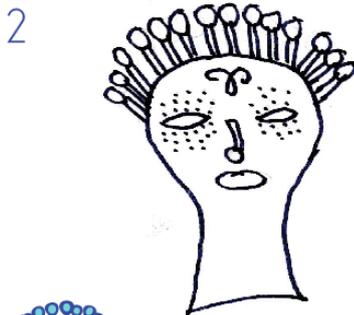
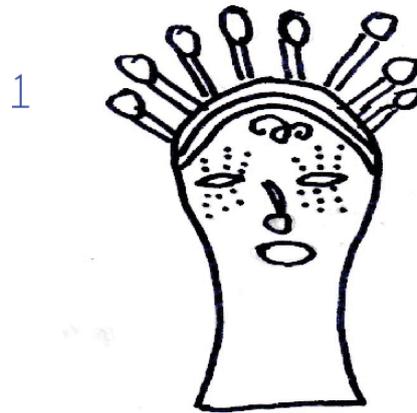
Es claro que la máscara que representa a Galápagos es inspirada en un caparazón de tortuga. Después de realizar el proceso de simplificación se digitalizó a la máscara y se la estilizó.

Costa



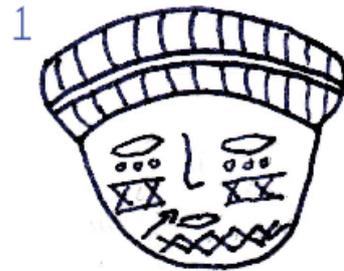
La máscara que simboliza a la Costa es basada en una cultura antigua de esta región conocida como La Tolita. En el momento de digitalizar se realizaron cambios en las orejas y en algunos trazos.

Sierra



Cuando se digitalizó a la máscara representante de la Sierra se perfeccionaron distintos rasgos como los ojos, los "cachitos", la nariz entre otros. Esta máscara fue inspirada en un Diabolo Humo.

Oriente



Esta máscara es inspirada en un personaje Shuar, cultura habitante de la región Amazónica. Cuando se digitalizó se estilizaron los trazos haciéndolos más anchos para que resalten un poco y no se pierdan.

Isotipos Digitalizados

Al digitalizar los isotipos se reguló todos a un mismo tamaño utilizando un sistema modular de cuadrados de 1x1 cm. Horizontal y verticalmente todos ocupan la misma cantidad de cuadrados con el objetivo de permanecer alineados.



5.2.2 Versiones y Escalas de Logotipo

El logotipo puede ser manejado de dos formas, vertical y horizontal, siempre y cuando se cumplan las normas indicadas en el manual de marca.

Escala 100%





uso del logotipo vertical

Las escalas desempeñan un papel importante en el logotipo ya que indica su tamaño mínimo de reducción. En el caso de esta marca se podrá reducir el logotipo hasta el 40% en una escala de 10 en 10. Para sacar la escala real o el 100% del logotipo es necesario hacer un cuadrado de 3.6 x 2.4 cm. Es importante que el logo ocupe los 2.4 cm de alto para que su tamaño sea equivalente al 100%.

Logotipo al 100%

Logotipo al 40%



5.2.3 Aplicaciones Cromáticas

El uso de color de la marca depende del tono de fondo que se quiera manejar. Existen cuatro versiones del logotipo: a línea, blanco y negro, escala de grises y a color.



El logotipo a color puede ir solamente en fondos permitidos nombrados a continuación. Mientras que la tonalidad de grises y blanco y negro es manejado con otros colores de fondo para que exista un efecto de contraste.



Los colores de fondo pueden variar dependiendo de los usos que se le quiera dar al logotipo, es importante mantener la misma tonalidad de los fondos disponibles.

5.2.4 Tipografía

La tipografía principal del logotipo es una sans serif muy artesanal, dando una sensación de que es escrita a mano.

Tooney Loons

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

La tipografía secundaria es también una sans serif, con la ventaja de que su familia es más completa ya que tiene, regular, bold, italic, y italic bold.

Champagne & Limousines

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

La tipografía principal es exclusiva del logotipo, sin embargo si es necesario puede ser utilizada en otras piezas. A la tipografía secundaria se la usará para la mayoría de productos promocionales, como el manual de marca, tarjetas coleccionables, papelería corporativa entre otros.

5.3 Papelería Corporativa

Es importante mantener una unidad dentro de lo que es imagen corporativa, por eso a continuación se va a mostrar la papelería corporativa explicando claramente los detalles y las medidas que se usó para hacer la

tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre, sobre manila y carpeta corporativa.

5.3.1 Tarjeta de Presentación

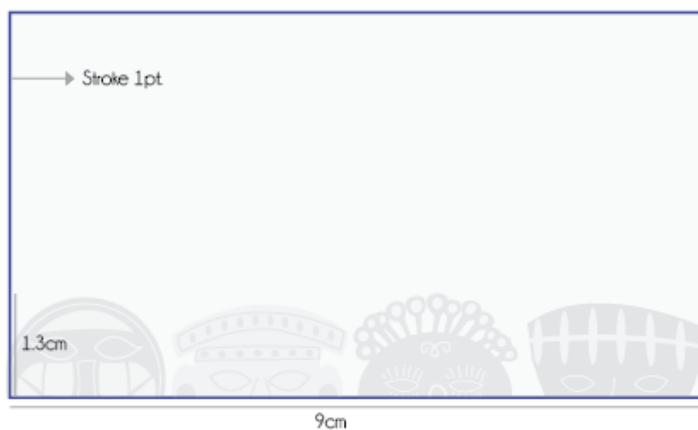
Las dimensiones son de 9 x 5 cm, tiene dos lados tiro y retiro. Sus excesos son de 0.4cm.

Escala 80%.

· Tiro



· Retiro

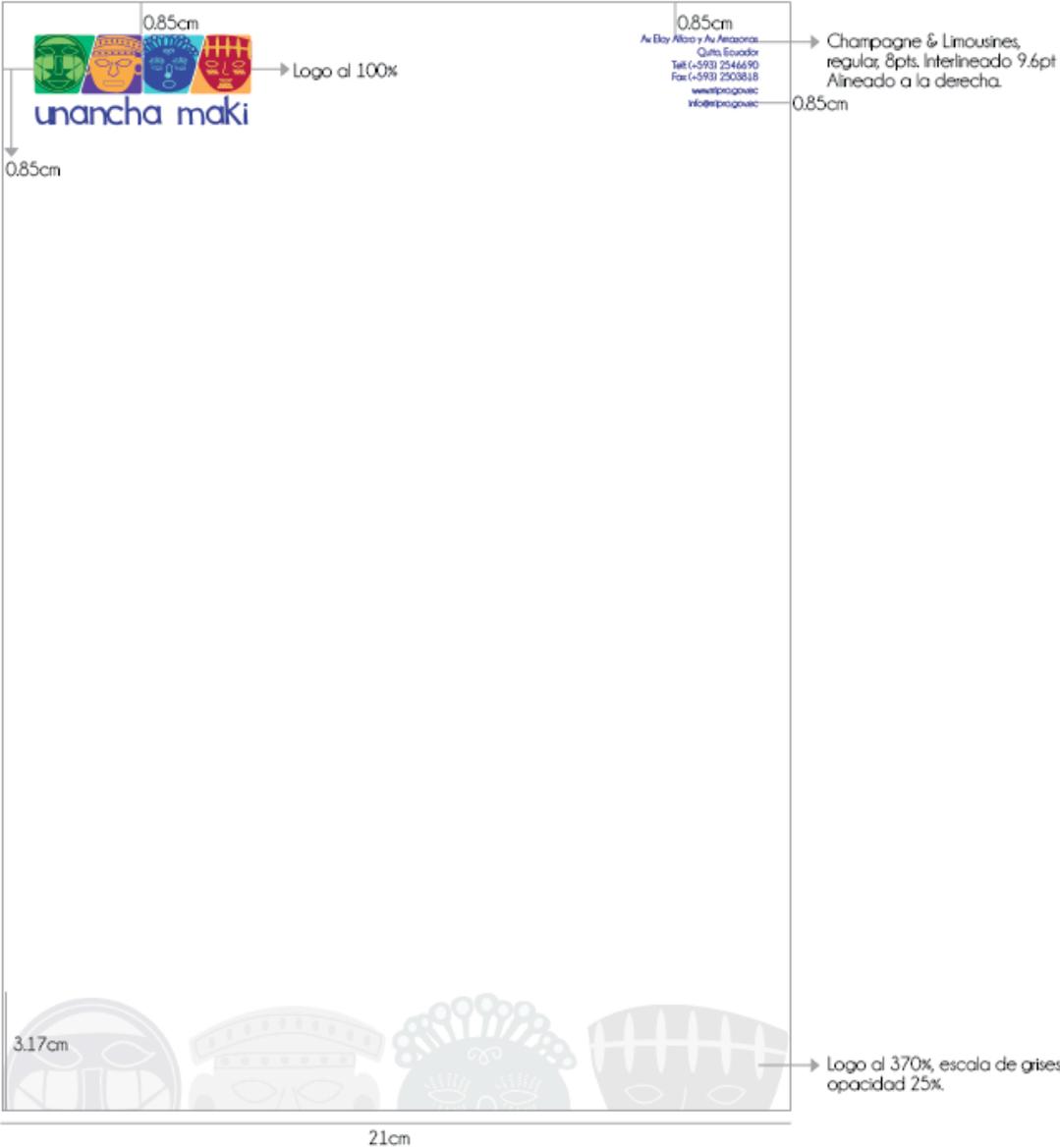


Dentro de lo que es papelería corporativa la unidad se mantiene con el detalle que tiene la tarjeta en la parte de abajo y en la parte superior. En la parte superior derecha se encuentra ubicado el logotipo y en la esquina superior izquierda se encuentran los datos personales del MIPRO. En la tarjeta de presentación al igual que en el resto de piezas se usa la tipografía secundaria para escribir los datos del MIPRO.

5.3.2 Hoja Membretada

Sus dimensiones son del tamaño de una hoja A4 vertical: 21 x 29.7 cm. Al igual que la tarjeta de presentación los excesos de la hoja son de 0.4 cm. Para mantener unidad, los espacios en las esquinas superiores son los mismos en todas las piezas a excepción de la tarjeta de presentación por cuestión de tamaño.

Escala 70%.

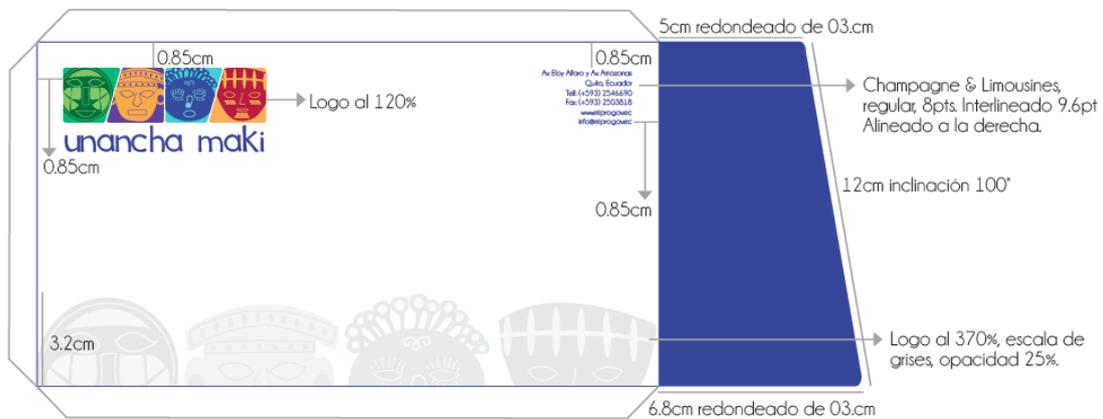


5.3.3 Sobre Normal

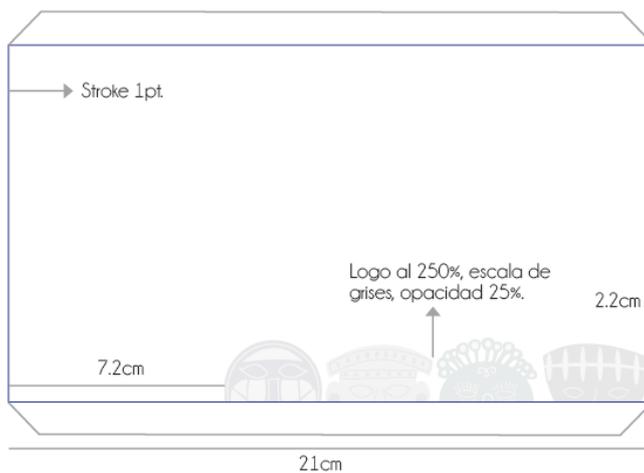
El sobre esta hecho con el objetivo de que entre una hoja A4 doblada. Sus medidas son de 21.5 x 12 cm. El cierre del sobre lleva la misma forma que el trapecoide del logotipo, cuando se dobla coincide con el retiro en el espacio blanco. Las pestañas son para unir con facilidad al tiro y al retiro.

Escala 30%

· Tiro



· Retiro

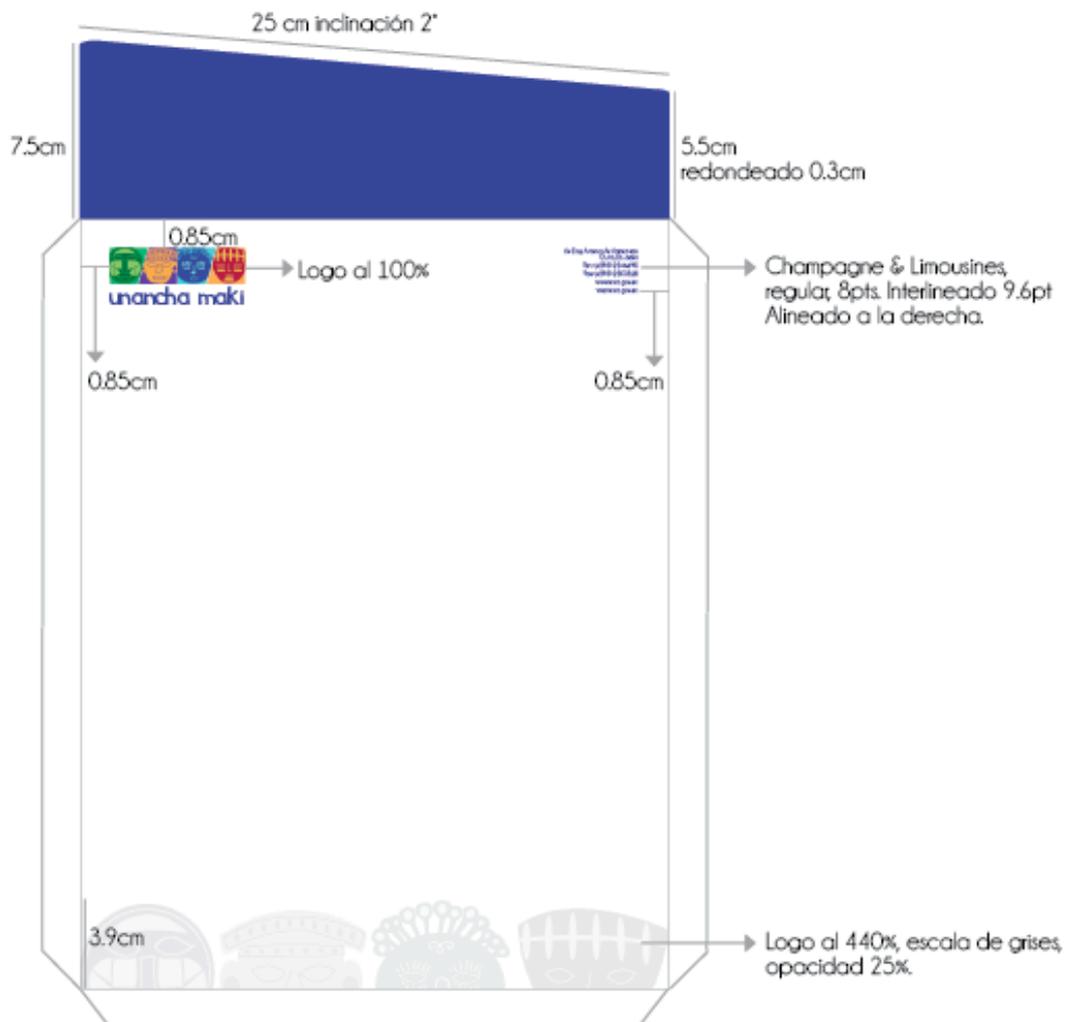


5.3.4 Sobre Manila

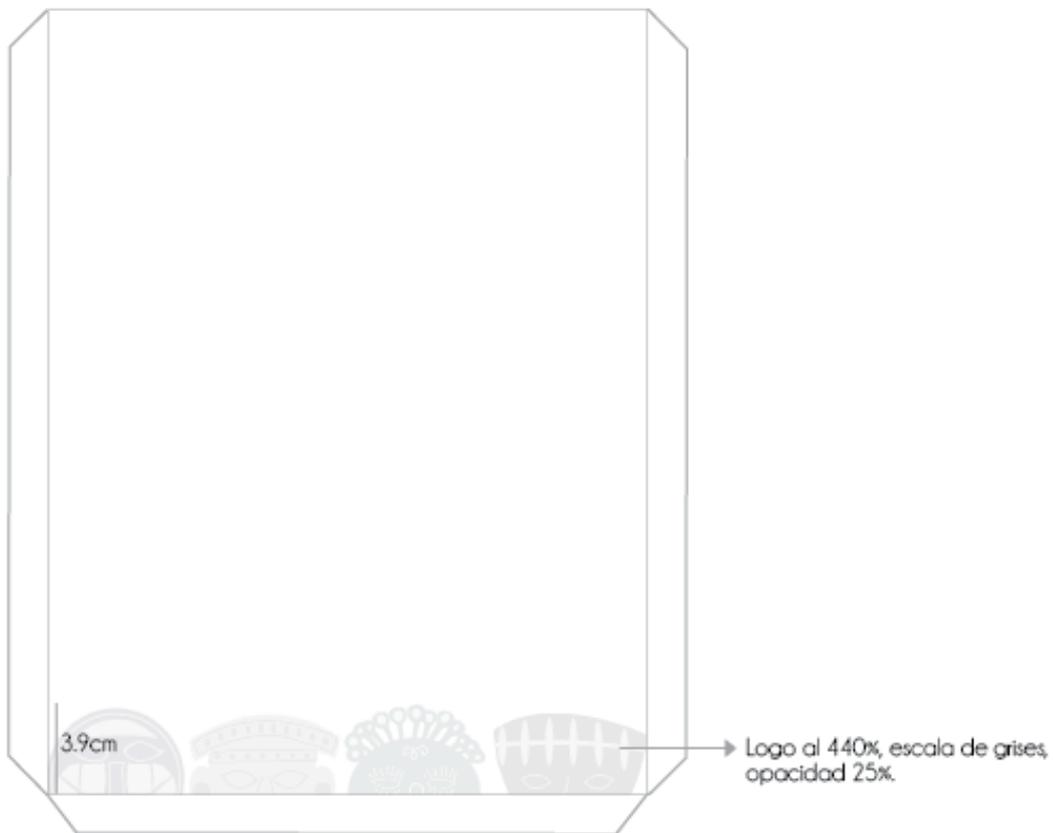
El sobre manila cumple con la función de que se pueda meter hojas de mayor tamaño que una A4. Las dimensiones que lleva este sobre son de 25 x 33 cm. Es necesario ya que en el caso de los artesanos a veces necesitan realizar planos y/o dibujos de tamaños más grandes. El sistema de unión es igual al sobre normal con pestañas.

Escala 20%

· Tiro

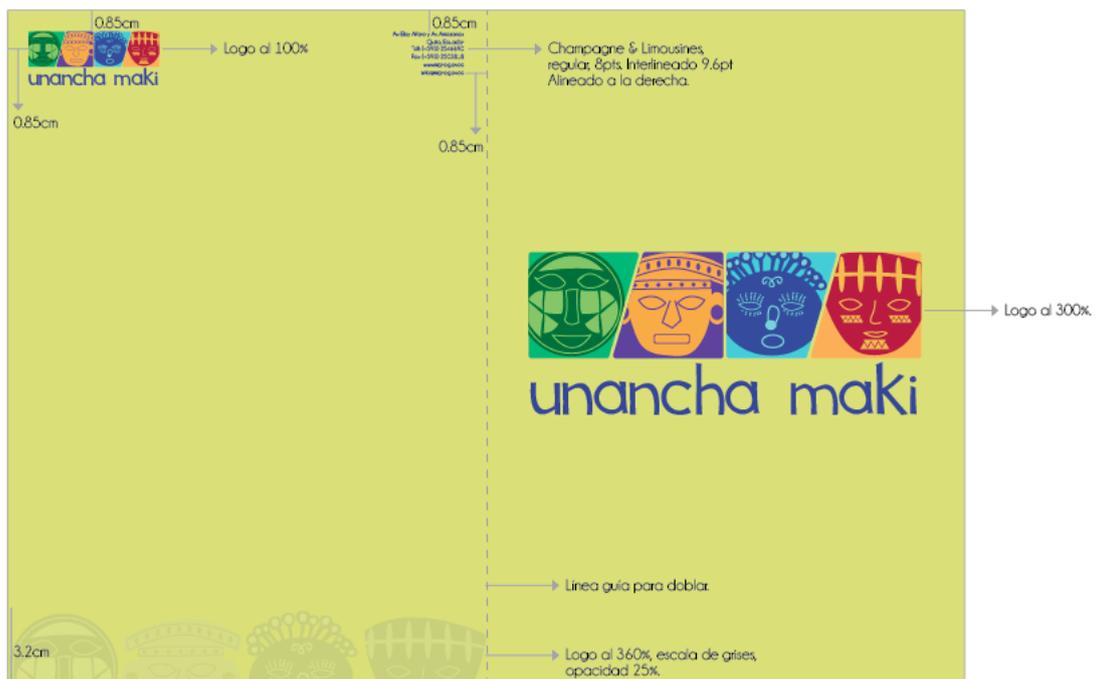


· Retiro

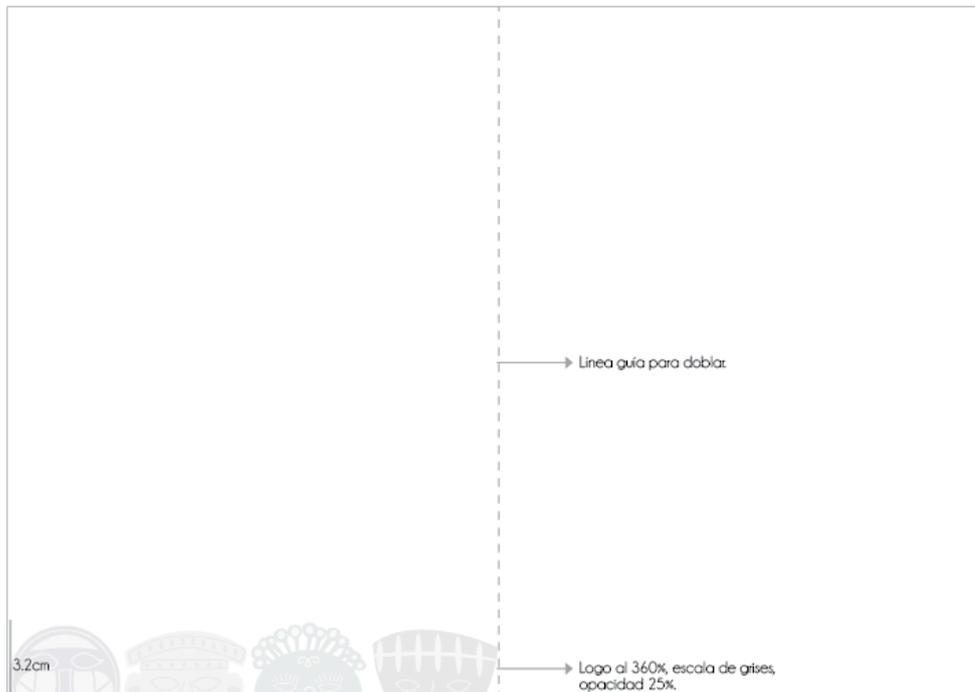


5.3.5 Carpeta Corporativa

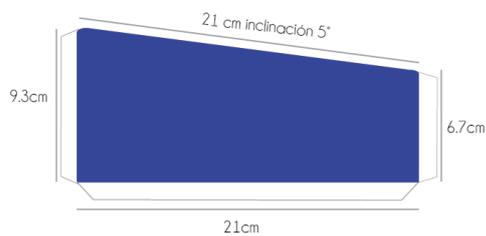
· Tiro



· Interior



· **Bolsillo:** escala 20%
Papel: marfil lisa 250gr.



La carpeta tiene una dimensión de 42 x 29.7 cm, esta reducida a una escala de 30%. La línea guía indica el doblar, es necesario doblarla en la mitad para que cumpla con su función. El bolsillo de la carpeta va pegado en la mitad del tiro e interior, por eso es que tiene pestañas. Los excesos al igual que en las piezas anteriores es de 0.4 cm. El color de fondo de la carpeta es manejado en base al manual de marca, lo cual indica que es un color permitido.

5.4 Productos Promocionales

5.4.1 Carnet Identificativo

Esta pieza tiene una medida de 5.5 x 8.5 cm, es de gran importancia para que los artesanos se puedan desenvolver de mejor manera en el

Ecuador y alrededor del mundo. El carnet identificativo contiene datos personales sobre el artesano/a.



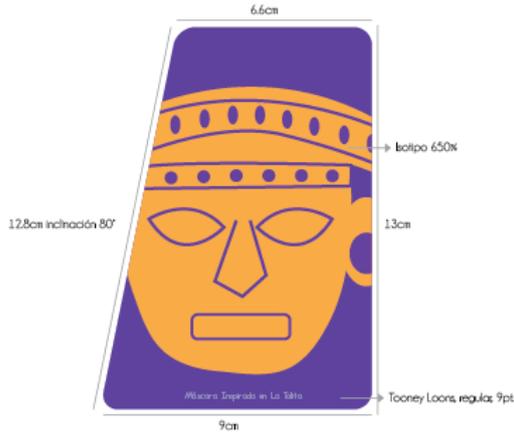
Para mantener una unidad dentro del manejo de marca, en esta pieza se usó las dos tipografías que se manejó en todo lo que es papelería. Los colores de fondo son permitidos por el manual de marca, en este caso porque la pieza es vertical se recomienda mejor utilizar el logotipo vertical.

5.4.2 Tarjetas Coleccionables

Para promocionar a los artesanos es necesario también que la gente conozca de ellos. Las tarjetas coleccionables se crearon con la función de educar a las personas sobre las artesanías. Cada tarjeta mide 9 x 13 cm consiste en tiro y retiro. En el tiro esta solamente la máscara representante de la región, mientras que en el retiro esta el nombre de la región, el nombre de la foto, una foto de un producto artesanal y la marca en blanco y negro.



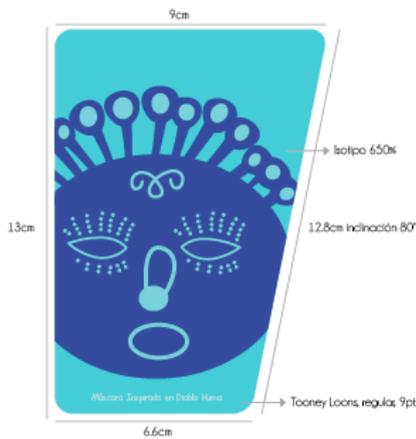
· Tiro



· Retiro



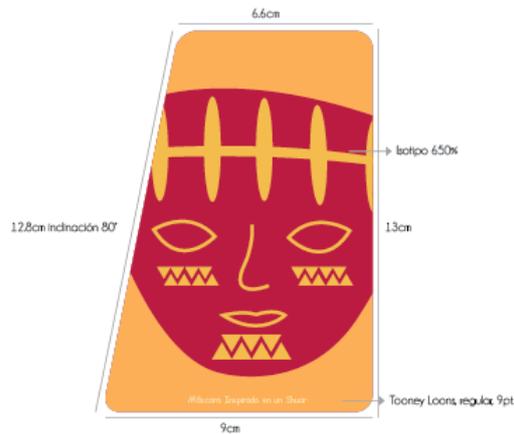
· Tiro



· Retiro



· Tiro



· Retiro



Las tarjetas coleccionables están reducidas al 50%, vienen en paquete de 4: Galápagos, Costa, Sierra y Oriente; las cuatro tarjetas son muy similares existen cambios muy pequeños entre cada una. La forma de la pieza al igual que los colores vienen del logotipo, de los trapecoides que enmarcan cada máscara.

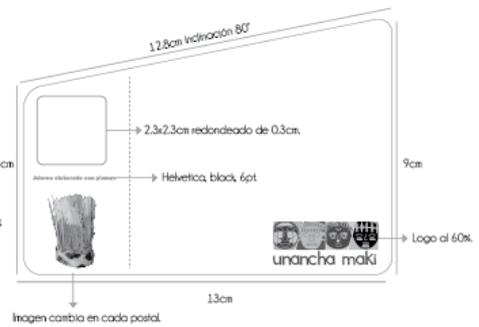
5.4.3 Postales

Las postales son muy similares a las tarjetas coleccionables, se mantiene la misma forma y se manejan los mismos elementos. Miden 13 x 9 cm, están reducidas a un 50% de su tamaño original. El retiro es a escala de grises para que el usuario tenga facilidad al escribir en la postal. Se realizaron siete postales con la idea de que cada una sea equivalente a un día de la semana.

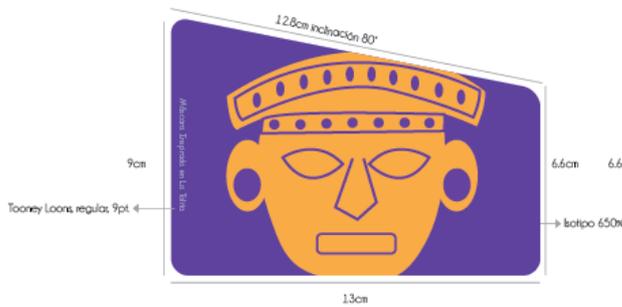
· Tiro



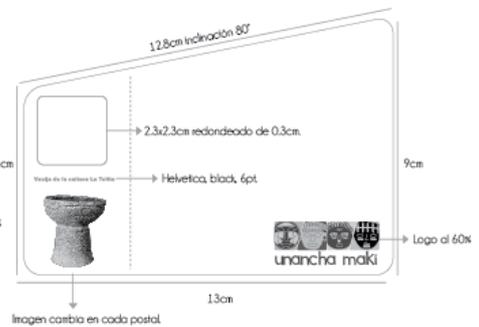
· Retiro



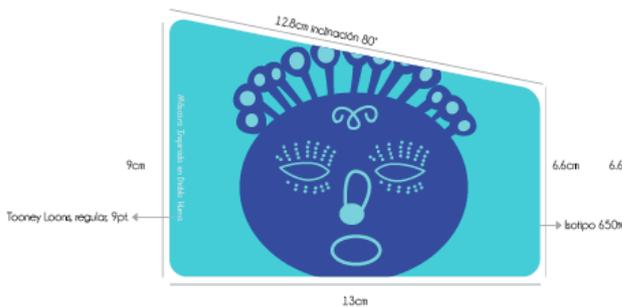
· Tiro



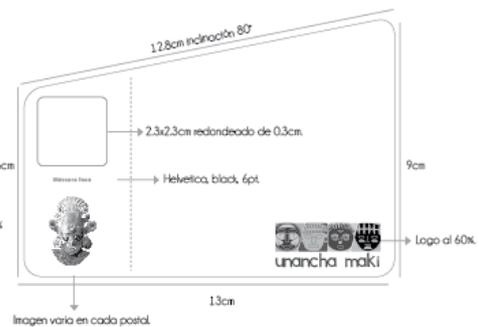
· Retiro



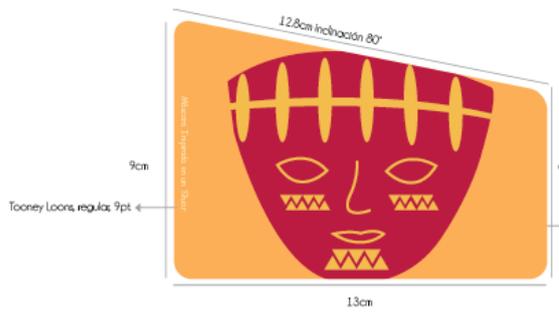
· Tiro



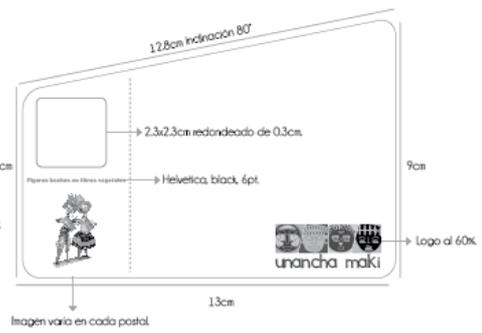
· Retiro



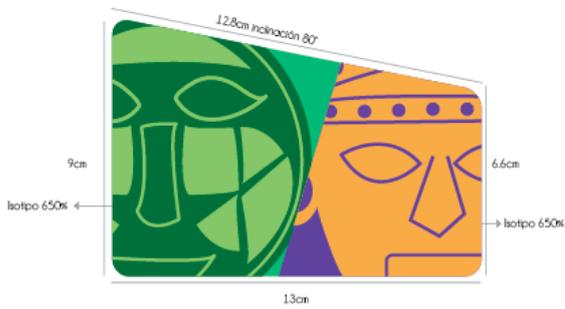
· Tiro



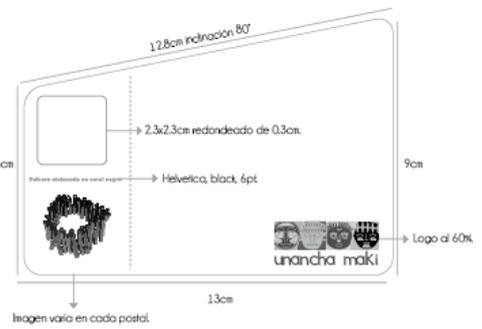
· Retiro



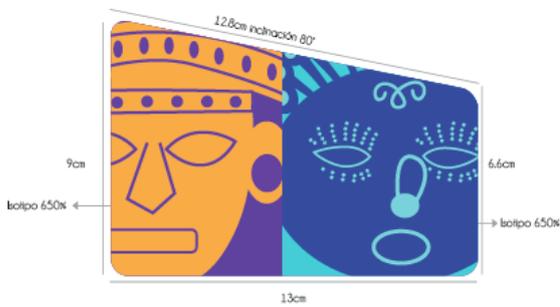
· Tiro



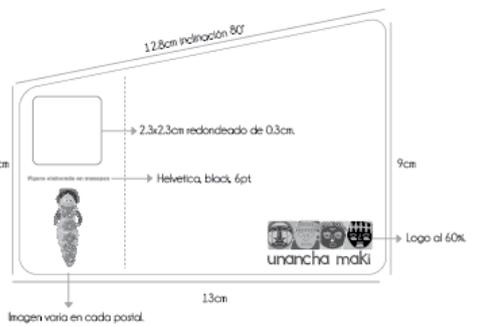
· Retiro



· Tiro



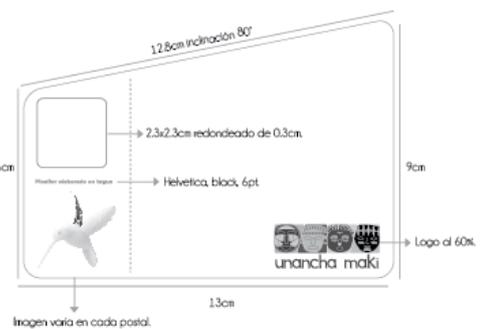
· Retiro



· Tiro



· Retiro



En las últimas tres postales se visualizan dos máscaras distintas, para mostrar el vínculo que existe entre las regiones del Ecuador.

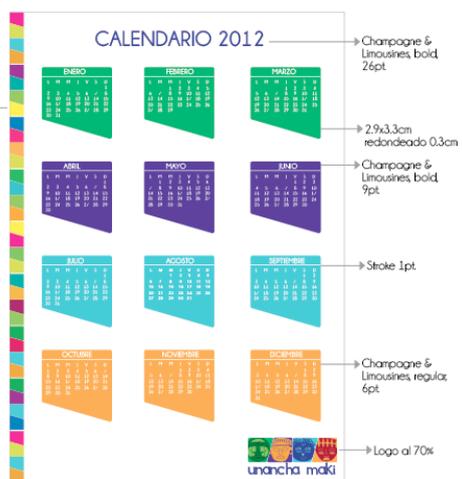
5.4.4 Agenda

Con la finalidad de promocionar a los artesanos se creó una agenda tamaño A5 (15 X 20 cm) en la que se maneja el mismo concepto que en las tarjetas coleccionables y postales. La función también es informar al consumidor sobre los artesanos, por eso en cada página interior se puede observar una foto de una artesanía distinta. La agenda esta dividida en 4 semestres por la misma razón de que existen cuatro regiones que marcan cada tres meses.

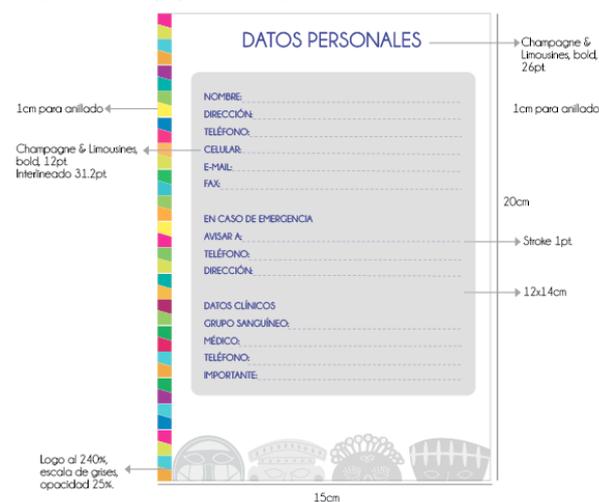
· Portada: papel: couche 250gr.



· Página Interior: papel: bond 50gr.



· Página Interior 2: papel: bond 50gr.



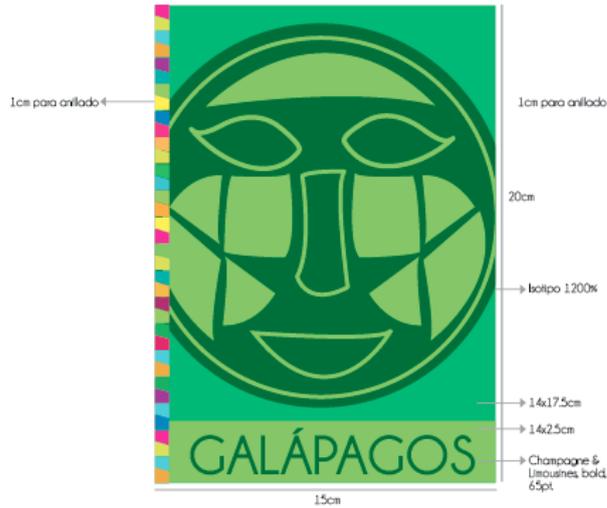
· Modelo Página Interior: papel: bond 50gr.



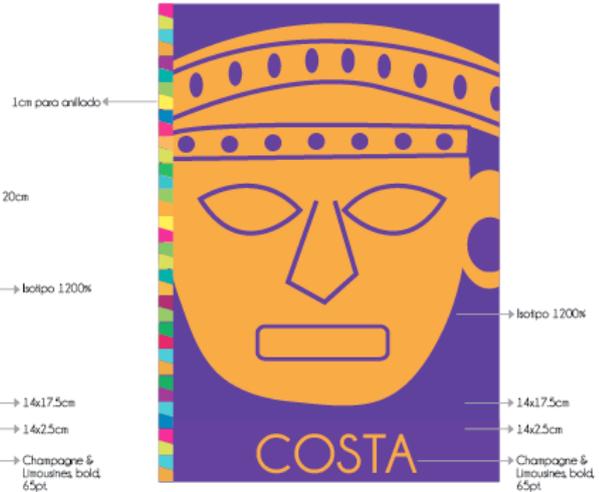
· Todas las páginas interiores siguen este modelo cambiando la foto, el nombre el mes y el calendario. La agenda esta dividida en 4 semestres: Galapagos, Costa, Sierra y Oriente.

Las páginas internas de la agenda son impresas en blanco y negro. Todas sin excepción alguna mantienen el mismo esquema mostrado en la página modelo.

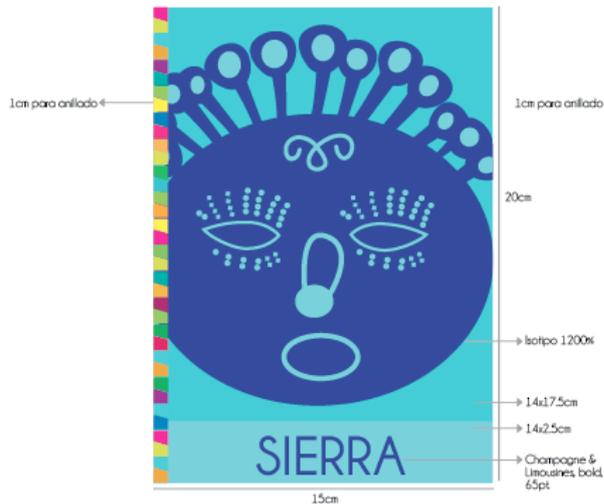
· Divisor 1: papel couche 250gr.



· Divisor 2: papel couche 250gr.



· Divisor 3: papel couche 250gr



· Divisor 4: papel couche 250gr.



5.4.5 Tríptico

Esta pieza cumple con la función principal de explicar el desarrollo artesanal en cada región. En la parte interior existe un mapa en el cual se especifica el tipo de artesanía que se elabora en cada provincia del Ecuador. El tamaño original del tríptico es una hoja A4, dentro de este capítulo esta a una escala del 30%. Los colores al igual que la tipografía son los mismos manejados en todos los productos promocionales para que exista una unidad y se identifique el manejo de marca acorde al manual de estilos.

- Tiro

ORENTE

La identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal.

Logo al 200%
Logo al 80%
Logo al 110%, escala de grises opacidad 25%
El nombre comercial del producto

GALÁPAGOS

En la Región Galápagos, como en todas las regiones de Ecuador, la artesanía es una actividad económica importante. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal.

COSTA

En la Región Costa, como en todas las regiones de Ecuador, la artesanía es una actividad económica importante. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal.

SIERRA

En la Región Sierra, como en todas las regiones de Ecuador, la artesanía es una actividad económica importante. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal. En el caso de un producto artesanal, la identidad tiene raíces en las palabras. Tanto las que designan a un territorio, como las que designan a un producto artesanal.

Chopagne & Linouines bold 10pt
Chopagne & Linouines bold 21pt
Chopagne & Linouines bold 8pt Intelectado de 987pt
Helvetica black 665pt

- Interior

RUTA ARTESANAL DEL ECUADOR

TOONY LOONS regular 27pt
Stroke 0.7pt
Chopagne & Linouines bold 8pt
Stroke 3pt
Margen de 0.5cm
Stroke 2pt
Chopagne & Linouines bold 7pt Intelectado de 14 2pt
TOONY LOONS regular 14pt
5.14x5cm redondeo de 0.5cm
Chopagne & Linouines bold 14pt

GALÁPAGOS

COSTA

SIERRA

ORENTE

¿Sabías que en el Ecuador existen 500 lugares donde se elaboran artesanías?

5.4.6 Calendario

La idea principal de esta pieza es que el calendario no tenga fin, con la finalidad de darle mayor uso. Consta de tres partes, cada una tiene un tamaño de 6 x 8 cm, la unión de estas piezas consiste en anillar para poder cambiar la fecha, el mes y el día con agilidad. El calendario al igual que el resto de piezas es informativo ya que en el retiro se muestra una foto de un objeto artesanal y el nombre de la región de dónde proviene el producto.



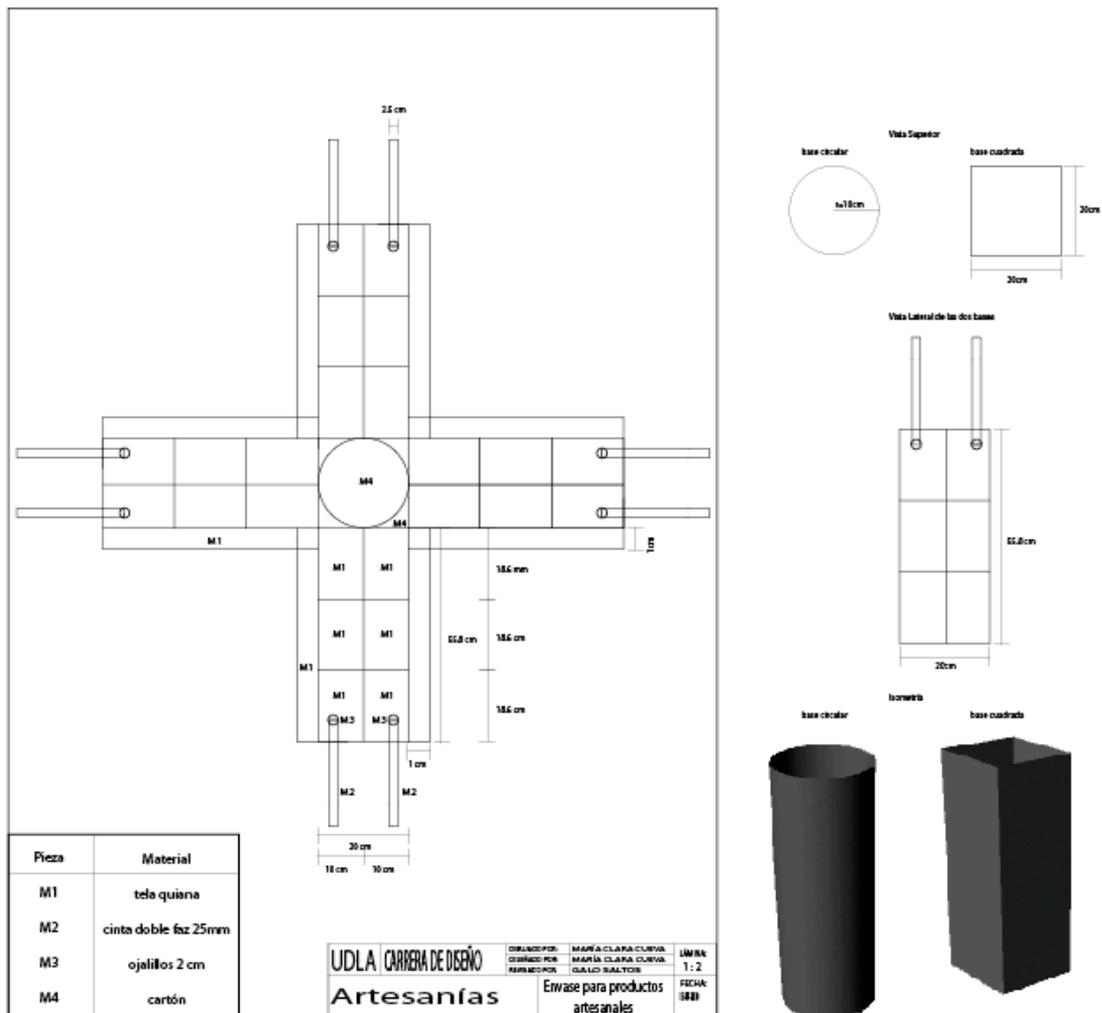
5.5 Envase

Para la creación del nuevo envase que utilizarán los artesanos en un futuro cercano, se realizó una investigación previa analizando cada aspecto importante que contribuyera a este producto. Se empezó analizando todos los productos artesanales que existen en el mercado. Estas características importantes de los productos artesanales se convirtieron en determinantes (una determinante es algo que no puede faltar en el proyecto). Las determinantes de este proyecto son: resistencia a diferentes pesos y impacto, preservación, protección, contener varios objetos de cerámica, madera, loza,

fibras vegetales, tagua, cuero, textiles y tejidos de forma segura, y de diferentes tamaños que varían entre los 3 a 20 cm de ancho a los 3 a 50 cm de alto, fácil de cargar, reutilizable, y principalmente que mantenga una identidad artesanal.

El envase fue creado en base a distintos cuadrados de varios colores que representan al Ecuador y a la marca “unancha maki”. Su forma es exclusiva para que entren productos artesanales de cualquier tamaño. El material de la funda es una tela delgada “stretch” que se puede adaptar con mayor facilidad al tamaño y forma del producto. La idea principal de este nuevo embalaje para los artesanos es que es una funda reutilizable. El precio es más costoso que una funda de plástico sin embargo el objetivo de este envase es utilizarlos para otros cosas y que no genere desperdicios como lo hace la funda plástica.

Planos



El plano siempre será el mismo lo único que cambia es la base de cartón para adaptar el objeto.

Producto final del envase



Los colores que forman parte del envase son los colores utilizados en la imagen corporativa con el objetivo de mantener una unidad en todos los productos artesanales pertenecientes a la marca “unancha maki”.

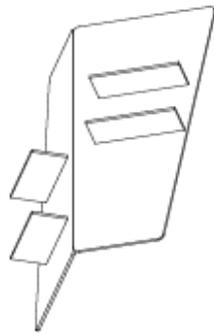
Es necesario entregar al artesano el producto con un manual de uso para que sepa manejarlo en el momento de entregar la funda al comprador. El costo del embalaje esta dentro del propuesta del MIPRO para la ejecución de el proyecto, por ende no subirá el costo de los productos artesanales. El precio estimado para producir diez embajes es de \$2.00 con la mano de obra ya incluida; telas: $14.77/6 = 2.41$ cada tela de 50 x 75cm, de cada tela salen 40 pedazos, en cada funda se utilizan 4 de cada color. Con el pedazo de tela de 50 x 75cm se hacen 10 fundas. $2.41/10 = 0.24$ centavos. $0.24 \times 6 = 1.44$ cuestan las 6 telas de 50 x 75cm para producir 10 fundas.

Manual de Uso

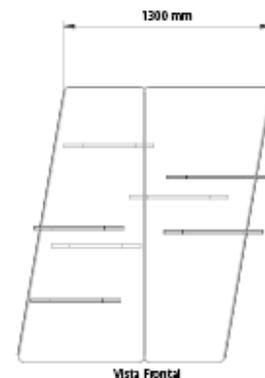
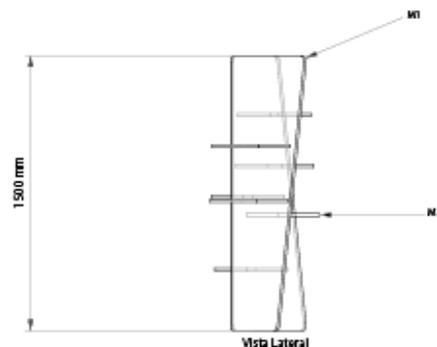
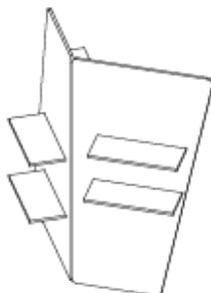
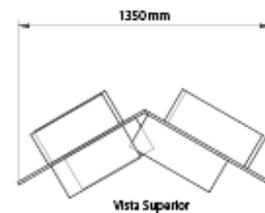


5.6 Stand

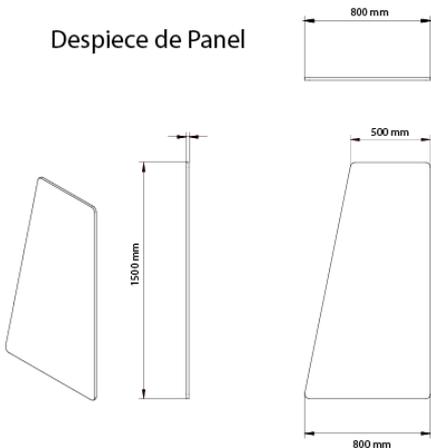
El stand se desarrolla en base a la imagen corporativa, con el objetivo de mantener unidad. El tema principal con el que trabaja el MIPRO para realizar las ferias es el tren bala, conjuntamente con el tema y la marca del proyecto se manejó una idea para que no saliera de contexto y fuera similar al resto de piezas. La forma que se utilizó para los vagones del tren es la misma forma que se usó en la marca. La función principal del stand es que los artesanos puedan exponer sus productos durante las ferias que realizará el Ministerio de Industrias y Productividad. Es importante destacar que el stand no tendrá ningún costo para el artesano, este es financiado por el MIPRO. El costo aproximado del stand es de \$150.00. A continuación el diseño del stand junto a sus respectivos planos.



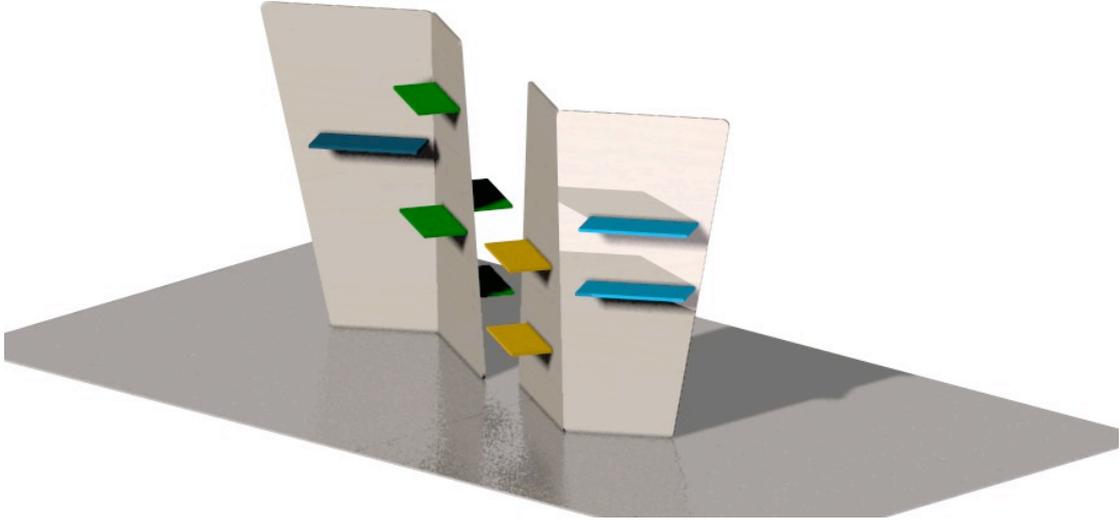
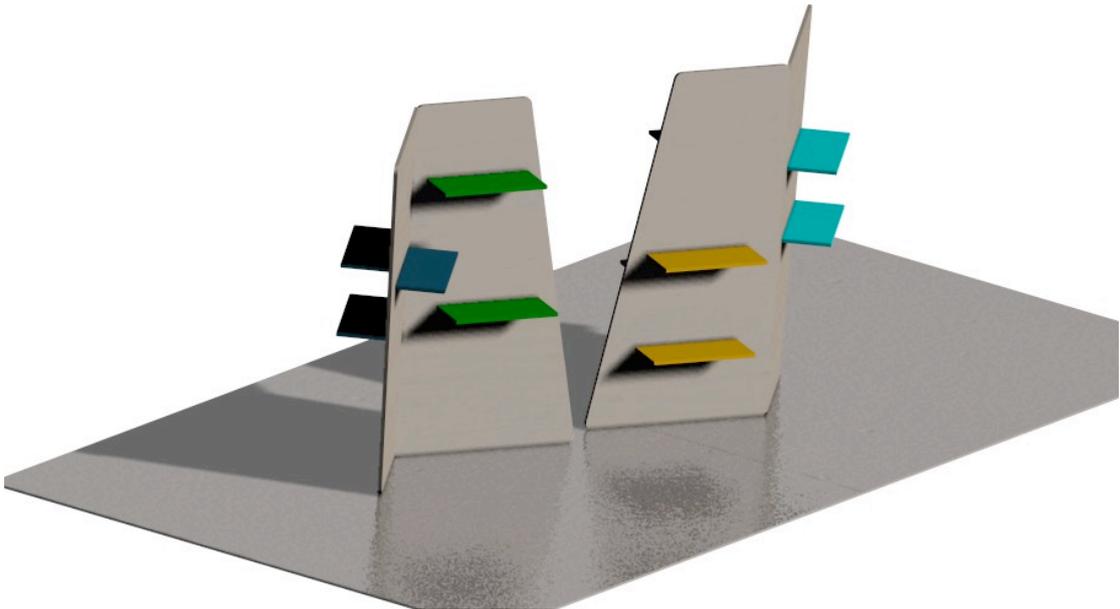
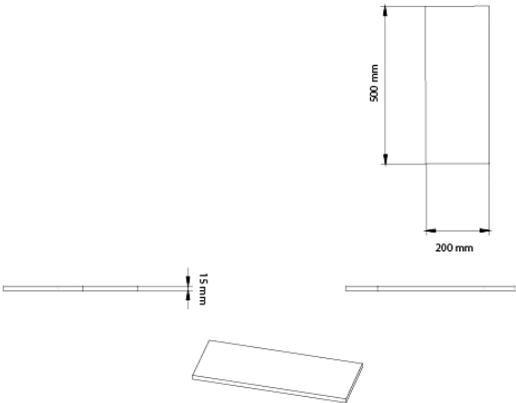
Pieza	Nombre	Material	Cantidad
M1	panel	aglomerado	2
M2	repisas	aglomerado	7



Despiece de Panel



Despiece Repisa



Dentro de los planos del stand se encuentra una vista isométrica del objeto para tener una clara idea de cómo será visto cuando se encuentre armado en la feria. La idea consiste en dos paneles aglomerados de melamina con un espesor de 12mm, color perillo, unidos con tres bisagras para poder mantener al stand de pie y así tener acceso a exhibir en los cuatro lados del stand. En la vista isométrica se puede apreciar como se vería un stand a lado del otro, las repisas de los stands mantienen el color de la marca “unancha maki”.

5.7 Cotización

La cotización realizaron tres imprentas de la ciudad de Quito, Imprenta Mariscal, Excel Impresor Gráficos y Ediecuatorial. Es necesario tener tres cotizaciones distintas para comparar los precios entre ambas instituciones para elegir la más conveniente. A continuación una tabla en la que se indica el producto, la cantidad y el valor que otorgó cada imprenta dependiendo del número de ejemplares.

Tarjetas Coleccionables y Postales

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
500	355.40		571.50
2,000	489.00	139.00	928.80
5,000	756.00	195.00	1,643.50
10,000	1,201.00	288.00	2,834.00

Calendario de Escritorio

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
500	413.45		1,441.70
2,000	513.00	344.00	2,089.40
5,000	712.50	1,055.00	3,385.00
10,000	1,044.00	1,826.00	5,544.00

Agendas

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
----------	---------------------------	---------------------------------	-----------------------

500	2,442.85		2,791.30
2,000	4,553.00	4,500.00	5,746.80
5,000	8,773.00	5,000.00	11,657.50
10,000	15,807.00	8,000.00	21,509.00

Sobre Manila

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
500	527.30		662.95
2,000	1,218.60	318.00	1,197.80
5,000	2,601.00	833.00	2,267.50
10,000	4,905.00	1,310.00	4,051.00

Sobre Oficio

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
500	365.50		658.20
2,000	448.50	112.00	991.00
5,000	613.50	380.00	1,545.00
10,000	889.00	626.00	4,051.00

Hoja Membretada

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
2,000	135.20	98.00	544.60
5,000	180.50	231.00	748.00
10,000	256.00	354.00	1,087.00

Tarjeta de Presentación

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
Valor unitario	0.3091	0.027	0.0854

Manual de Marca

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
500	2,116.35		4,146.30
2,000	3,487.80	4,800.00	5,969.00
5,000	6,230.50	7,500.00	9,614.50
10,000	10,802.00	9,500.00	15,690.00

Total de todos los productos

Cantidad	Imprenta Mariscal (\$)	Excel Impresor Gráficos (\$)	Ediecuatorial (\$)
-----------------	-----------------------------------	---	-------------------------------

2,000	12,348.40	10,121.00	18,912.40
5,000	22,801.00	15,329.00	34,043.00
10,000	40,225.00	22,091.00	200,469.00

Los productos fueron cotizados en base a las mismas características, sin embargo la cotización de Excel Impresor Gráficos resultó ser mucho más barata imprimiendo tirajes de grandes cantidades como es en este caso 10,000 ejemplares. Dentro de los anexos se puede observar con mayor detalle las cotizaciones y características de cada producto. Todo el proyecto será financiado por el Ministerio de Industrias y Productividad.

5.7.1 Remuneración Personal

REMUNERACIÓN PERSONAL

	Hombres/Mes	Sueldo/Mes	Total Sueldo	Cargas Sociales	Gastos Generales	Total Remuneración
Diseñador Gráfico	4.0	1,500.0	6,000.0	2,280.0	1,800.0	10,080.0

COSTOS DIRECTOS

	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Total
Arriendo Oficina (Incluye Servicios básicos)	mes	4.0	750.0	3,000.0
Arriendo Computadora	mes	4.0	83.3	333.3
Software Especializado	mes	4.0	40.0	160.0
Suministros y Materiales	global	3.0	200	600.0
Total				4,093.3
TOTAL VALOR DEL TRABAJO				14,173.3

La remuneración personal se calculó en base a cuántos meses son necesarios para elaborar la propuesta. El sueldo al mes se calculó acorde a cuántas horas se trabajan al diarias, cuántos días de la semana. El valor total a cobrar para este trabajo sería de \$14,173.30, dentro de este valor ya se calculan los gastos básicos tales como: computadora, luz, agua, local de arriendo, y suministros de materiales.

Luego de analizar la propuesta con todas sus características necesarias se puede concluir que el proyecto es 100% viable. La imagen global de los artesanos se puede difundir con facilidad a través de todos los productos promocionales realizados para esta propuesta, sin embargo se recomienda leer el manejo del manual de marca para tener mayor conocimiento de cómo utilizar los productos. Es importante contar con el apoyo completo del MIPRO para sacar mayor provecho al desarrollo del proyecto.

5.8 Conclusiones

Al desarrollar la propuesta creativa para encontrar una solución viable al problema que existe actualmente en el Ecuador con los artesanos ecuatorianos, se concluye que la obra que maneja el Ministerio de Industrias y Productividad conjuntamente con la ejecución de todo el proyecto gráfico e industrial desarrollado en base a esta investigación son 100% reales.

Es importante recalcar que mientras más rápido se ejecute el proyecto, los artesanos tendrán mayores logros y podrán ser identificados con mayor facilidad como “artesanos ecuatorianos”. La intención de este proyecto es aportar a la comunidad de artesanos en el Ecuador. Para que la ejecución de esta idea se haga real es necesario contar con el apoyo del Ministerio de Industrias y Productividad para que ellos puedan financiar los costos y así lograr sus objetivos.

El desarrollo del concepto de la propuesta parte de la investigación realizada previamente, es necesario hacer el proceso investigativo antes de desarrollar la propuesta, ya que es la única forma de conocer bien al artesano y al consumidor. Toda la parte gráfica e industrial de este proyecto nace de los conocimientos aprendidos durante la investigación.

Para que la gráfica represente al concepto es indispensable el manejo de los signos que personifican las culturas ecuatorianas, formando gran parte del desarrollo artesanal en el Ecuador. La ejecución del proyecto debe ser un proceso estratégico del cual el MIPRO saque bastante provecho y se obtengan los resultados deseados.

Dentro de lo que es la imagen corporativa es transcendental que exista unidad entre todas las piezas elaboradas, esto con el objetivo de que todo se identifique a través del logotipo principal. Es indispensable que exista un manual de marca para que el usuario pueda guiarse con pautas de cómo ejecutar el proyecto sin tener errores.

5.9 Recomendaciones

Es fundamental destacar que utilizando distintos signos representantes de la artesanía y la cultura ecuatoriana se creó la marca con facilidad. En el caso de imagen global o imagen corporativa se recomienda investigar sobre los principales personajes del concepto para lograr con facilidad un proceso de simplificación y así obtener el logotipo que represente al concepto en su totalidad.

La persona que va a manejar la marca y la imagen global, nunca debe alterar las piezas sin consultar al manual de marca. Si su duda no está ahí, se recomienda llamar a la persona que creó la marca y asegurarse de que puede hacer esa modificación, ya que el manejo de marca es muy importante dentro de lo que es imagen global.

Todas las empresas cotizaron bajo los mismos parámetros, sin embargo las de mayor prestigio son las más caras por eso se recomienda cotizar en varios lugares ya que los precios varían mucho dependiendo del nombre de la empresa.

Previo al desarrollo de los productos gráficos, se recomienda leer el manual de marca, ya que ahí se especifica con claridad el tipo de papel, grosor, líneas de corte y pautas muy importantes para que el proyecto salga sin errores. Es importante también destacar que previo a las impresiones es necesario realizar una prueba de color para ver si está bien el color. La principal recomendación de este proyecto es regirse siempre al manual de marca.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

NARANJO, VILLAVICENCIO, MARCELO, **ENRÍQUEZ**, ORTEGA, MARÍA ELENA, **AGUILAR**, DE TAMARIZ MARÍA LEONOR, El artesano como actor social: una visión histórica socio-económica, CIDAP, 1990.

El artesano: identidad, liderazgo, personalidad, parlamentarismo, Guayaquil, Nueva Luz.

CORDERO, IÑIGUEZ, JUAN. Bibliografía ecuatoriana de artesanías y artes populares, Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, 1980.

INCAE, Análisis de Competitividad de las Artesanías del Ecuador. Quito, 2001.

COLVIN, JEAN G, Arte de tigua: una reflexión de la cultura indígena del Ecuador, ABYA-YALA, 2004.

BENÍTEZ, LILYAN, **GARCÉS**, ALICIA, Culturas Ecuatorianas Ayer y Hoy, ABYA-YALA. 1998.

POMEROY, CHERYL, La sal en las culturas andinas, ABYA-YALA, 1986.

MEIER, PETER, Artesanos campesinos: desarrollo socio-económico y proceso de trabajo en la artesanía textil de Otavalo, Banco Central del Ecuador, 1996.

RUIZ, MANTILLA, LUCY, Situaciones Específicas Pueblos Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana, UNICEF, 1992.

Artesanías y técnicas Shuar. Quito, Mundo Shuar, 1982.

Instituto Andino de Artes Populares del Convenio Andrés Bello. 1er. Catálogo de Ferias Artesanales. IADAP. Ecuador. 1998.

Memorias de la Reunión Técnica, Iberoamericana sobre Diseño y Artesanía, OEA, 1990.

ARFUCH, LEONOR, **CHÁVES**, NORBERTO, **LEDESMA**, MARÍA, Diseño y comunicación, Paidós, 1997.

SHAKESPEAR, RONALD, Señal del Diseño: Memoria de la Práctica, Paidós, 2009.

Memoria del Taller Internacional. Protegiendo la Propiedad Intelectual del Diseño Indígena. CHIRAPAQ. 2006.

SEXE, NESTOR, Diseño.com, Paidós, 2001.

COSTA, JOAN, Imagen corporativa en el siglo XXI, La Crujía, 2009.

COSTA, JOAN, La forma de las ideas: como piensa la mente: estrategias de la imaginación creativa, Costa Punto Com, 2008.

COSTA, JOAN, La Rebelión de los signos: el alma de la letra, La Crujía, 2008.

MAIA, FRANCISCO, Diseño gráfico alrededor del mundo, maomao publications, 2009.

HELLER, STEVEN, **ILIC** MIRKO, Íconos del Diseño Gráfico, Random House Modadori, S.A. 2009

HELLER, STEVEN. How Graphic Design Shapes Popular Culture, Allworth Press, 2010.

RIVERS, CHARLOTTE. Innovation in Logo Design, RotoVision SA, 2009.

VIDALES, GIOVANNETTI, MA. DOLORES, El mundo del envase, G. Gili S.A. de C.V. 1995.

FIEL, PETER & CHARLOTTE, El diseño industrial de la A a la Z, Taschen GmbH, 2003.

Alastair Fuad-Luke, The eco-design handbook, Thames&Hudson, 2009.

Economista Washington Vaca. Dirección de Artesanías MIPRO

Linkografía

Política de fomento de Artesanías.

www.consejodelacultura.cl/portal/galeria/text/text2655.pdf (03 de noviembre 2010, 18H03)

Glosario de términos. foro.artesanos.org.mx (03 de noviembre 2010, 19H00)

INFORME MIPYMES Y ARTESANÍAS.

mic.gov.ec/images/stories/delministerio. (05 de noviembre 2010, 15:37)

El Oro. www.ecuaworld.com.ec/el_oro.htm (16 de mayo 2010, 15h00)

Esmeraldas. www.ecuaworld.com.ec/esmeraldas.htm (16 de mayo 2010, 15h30)

Guayas. www.ecuaworld.com.ec/guayas.htm (16 de mayo 2010, 16h05)

Los Ríos. www.ecuaworld.com.ec/los_rios.htm (16 de mayo 2010, 16h41)

Manabí. www.ecuaworld.com.ec/manabi.htm (16 de mayo 2010, 17h01)

Azuay. www.ecuaworld.com.ec/azuay.htm (16 de mayo 2010, 17h17)

Bolívar. www.ecuaworld.com.ec/bolivar.htm (16 de mayo 2010, 17h49)

Cañar. www.ecuaworld.com.ec/canar.htm (16 de mayo 2010, 18h10)

Carchi. www.ecuaworld.com.ec/carchi.htm (16 de mayo 2010, 18h25)

Chimborazo. www.ecuaworld.com.ec/chimborazo.htm (16 de mayo 2010, 18h33)

Cotopaxi. www.ecuaworld.com.ec/cotopaxi.htm (16 de mayo 2010, 19h02)

Imbabura. www.ecuaworld.com.ec/imbabura.htm (17 de mayo 2010, 19h56)

Loja. www.ecuaworld.com.ec/loja.htm (17 de mayo 2010, 20h22)

Pichincha. www.ecuaworld.com.ec/pichincha.htm (17 de mayo 2010, 20h50)

Tungurahua. www.ecuaworld.com.ec/tungurahua.htm (17 de mayo 2010, 21h40)

Morona Santiago. www.ecuaworld.com.ec/morona_santiago.htm (17 de mayo 2010, 22h18)

Napo. www.ecuaworld.com.ec/napo.htm (17 de mayo 2010, 22h50)

Orellana. www.ecuaworld.com.ec/orellana.htm (17 de mayo 2010, 23h30)

Pastaza. www.ecuaworld.com.ec/pastaza.htm (18 de mayo 2010, 00h03)

Zamora-Chinchipec. www.ecuaworld.com.ec/zamora_chinchipec.htm (18 de mayo 2010, 00h22)

Las Islas Galápagos. www.ecuaworld.com.ec/gps_general.htm (18 de mayo 2010, 00h43)

Real Academia Española.
buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=tecnica (19 de mayo 2010, 17h02)

Feria Internacional. www.prompex.gob.pe (06 de junio 2010, 12H40)

Real Academia Española.
buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=feria (6 de junio 2010, 13H00)

Centro de Comercio Internacional. Aprovechar al máximo las ferias artesanales. Forum de Comercio Internacional.
<http://www.forumdecomercio.org> (6 de junio 2010, 17H15)

Instituto Nacional de Contratación Pública. www.compraspublicas.gov.ec (06 de junio 2010, 18h15)

Artesanías Mágicas. www.quito.com.ec (07 de junio 2010, 16h00)

Real Academia Española.
http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=feria (11 de octubre 2010, 10H00)

Diccionario Quechua. katari.org/diccionario/diccionario.php (28 de noviembre 2010, 22h00)

ANEXOS

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Cartillas							
TAMAÑO:	Cerrado	x	cm.	Abierto	x	cm.	Final	21,0 x 29,7 cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL		
Hoja en : Papel Couche Mate 250g				500	1.1430	571.50		
Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso				2,000	0.4644	928.80		
Encuadernación: Troquelado				5,000	0.3287	1,643.50		
				10,000	0.2834	2,834.00		

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- * Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Calendario De Escritorio							
TAMAÑO:	Cerrado	x	cm.	Abierto	x	cm.	Final	20,0 x 13,0 cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL		
Calendario 14 pags Incluye:				500	2.8834	1,441.70		
Base en : Cartulina Plegable C1S 14 pts 280g				2,000	1.0447	2,089.40		
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				5,000	0.6770	3,385.00		
Interiores en : Papel Couche Brillante 200g Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso				10,000	0.5544	5,544.00		
Encuadernación: Anillado Metálico Doble O								

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Agendas					
TAMAÑO:	Cerrado	15,0 x21,0 cm.	Abierto	30,0 x 21,0 cm.	Final	x cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL
Agenda - Cuaderno 112 pags Incluye:				500	5.5826	2,791.30
Portada en : Papel Couche Brillante 150g				2,000	2.8734	5,746.80
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				5,000	2.3315	11,657.50
+Plastificado Mate Anverso				10,000	2.1509	21,509.00
Interiores en : Papel Bond 70g Impreso 1x1 color(es) anverso y reverso						
12 pág en Papel Couche Brillante 115g Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso						
+ Guardas en Papel Couche Mate 150g sin impresión						
Encuadernación: Pasta Dura, Anillo Metálico Doble O						

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Sobre Manila					
TAMAÑO:	Cerrado	25,0 x 37,5 cm.	Abierto	53,0 x 42,5 cm.	Final	x cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL
Sobre en : Papel Bond 90g				100	5.2031	520.31
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				500	1.3259	662.95
				2,000	0.5989	1,197.80
Encuadernación: Troquelado+Pegado				5,000	0.4535	2,267.50
				10,000	0.4051	4,051.00

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- * Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Sobre Oficio					
TAMAÑO:	Cerrado	24,3 x 11,5 cm.	Abierto	40,3 x 24,3 cm.	Final	x cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL
Sobre en : Papel Bond 90g				2,000	0.3291	658.20
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				5,000	0.1982	991.00
Encuadernación: Troquelado+Pegado				10,000	0.1545	1,545.00

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Hojas Membretadas							
TAMAÑO:	Cerrado	x	cm.	Abierto	x	cm.	Final	21,0 x 29,7 cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL		
Hoja en : Papel Bond 90g				2,000	0.2723	544.60		
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				5,000	0.1496	748.00		
Encuadernación: Refile				10,000	0.1087	1,087.00		

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Tarjeta De Presentacion							
TAMAÑO:	Cerrado	x	cm.	Abierto	x	cm.	Final	9,0 x 5,5 cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL		
Tarjeta en : Papel Couche Mate 250g Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso Encuadernación: Refile				500	0.0854	42.70		

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Carpeta Con Bolsillo					
TAMAÑO:	Cerrado	23,0 x32,0 cm.	Abierto	47,0 x 41,0 cm.	Final	x cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL
				500	1.5119	755.95
Carpeta en : Papel Couche Brillante 250g				2,000	0.8035	1,607.00
Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso+Barniz (UV)				5,000	0.6618	3,309.00
Brillante Anverso				10,000	0.6145	6,145.00
Encuadernación: Troquelado+Pegado						

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Manual					
TAMAÑO:	Cerrado	21,0 x22,0 cm.	Abierto	42,0 x 22,0 cm.	Final	x cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL
Libro en Rustica 104 pags Incluye:				500	8.2926	4,146.30
Portada en : Cartulina Plegable C1S 12 pts 240g				2,000	2.9845	5,969.00
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				5,000	1.9229	9,614.50
+Barniz (UV) Brillante Anverso				10,000	1.5690	15,690.00
Interiores en : Papel Couche Brillante 90g Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso						
Encuadernación: Rústica, Encolado y Cosido						

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Triptico					
TAMAÑO:	Cerrado	10,0 x21,0 cm.	Abierto	21,0 x 30,0 cm.	Final	x cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL
				500	0.8687	434.35
Triptico en : Papel Couche Mate 150g				2,000	0.2442	488.40
Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso				5,000	0.1193	596.50
Encuadernación: Doblado				10,000	0.0776	776.00

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Sobre Oficio (índigo)					
TAMAÑO:	Cerrado	24,3 x 11,5 cm.	Abierto	40,3 x 24,3 cm.	Final	x cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL
Sobre en : Papel Bond 90g				100	1.0280	102.80
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				500	0.9594	479.70
Encuadernación: Troquelado+Pegado						

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- * Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Fecha:	Quito	4 de Marzo de 2011
Cliente:	Maria Clara Cueva	
Atención:	Maria Clara Cueva	
Teléfonos:		FAX:
Dirección:		

Nos permitimos presentar nuestra cotización con las siguientes características:

Referencia:	Hojas Membretadas							
TAMAÑO:	Cerrado	x	cm.	Abierto	x	cm.	Final	21,0 x 29,7 cm.
Características :				CANTIDAD	P. Unitario	P. TOTAL		
Hoja en : Papel Bond 90g				100	0.7071	70.71		
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso				500	0.7055	352.75		
Encuadernación: Refile								

Condiciones de la Oferta:

- * Oferta válida por 30 días.
- * Precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- * Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- * Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- * Forma de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- * Plazo de Entrega: **A convenirse**
- * Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.
- *Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las condiciones descritas.

Cordialmente,

Nombre del Responsable que aprueba: _____

Fernando Mosquera
Asesor Comercial

Firma del Responsable que aprueba: _____

Cel: 08 350 9529
c.c. Carmen de Garzón

Fecha de aprobación: _____

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90277

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Cartillas

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 210 x 297 mm. Abierto

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
	PAPEL COUCHE MATE 250 GR.		4	4
CUBIERTA				
PAGINAS				

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso y reverso

Cubierta:

Encuadernación: Troquelado

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	0.7108	355.40
2,000	0.2445	489.00
5,000	0.1512	756.00
10,000	0.1201	1,201.00

Pags. Interiores:

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega de la factura

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

"Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal"

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de "El Adquiriente".

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90278

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Calendarios

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 210 x 297 mm. Abierto

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
	PAPEL COUCHE MATE 250 GR.		4	4
CUBIERTA				
PAGINAS				

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso y reverso

Cubierta:

Encuadernación: Troquelado

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	0.8269	413.45
2,000	0.2565	513.00
5,000	0.1425	712.50
10,000	0.1044	1,044.00

Pags. Interiores:

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

"Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal"

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de "El Adquiriente".

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90279

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Agendas

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 150 x 210 mm. CERRADO

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS	CARTULINA MARFILISA 200 G.		4 0	8
CUBIERTA	PAPEL COUCHE BRILLANTE 150 GR.		4 0	4
PAGINAS	PAPEL BOND 90 GR.		1 1	92
	PAPEL BOND 90 GR.		4 4	4
	CARTON GRIS DE 2.5 MM			

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso y reverso

Cubierta: Portada: 4color(es) anverso - 4color(es) reverso. Laminado Mate anverso

Encuadernación: Pasta Dura, Anillo espiral metálico, cartón con papel plastificado mate

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	4.8857	2,442.85
2,000	2.2765	4,553.00
5,000	1.7546	8,773.00
10,000	1.5807	15,807.00

Pags. Interiores: 96.0

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

"Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal"

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de "El Adquiriente".

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90282

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Sobres

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 340 x 250 mm. Abierto

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
	PAPEL COUCHE BRILLANTE 90 GR.		4	0
CUBIERTA				
PAGINAS				

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso

Cubierta: Portada: 4color(es) anverso - 4color(es) reverso. Laminado Mate anverso

Encuadernación: Troquelado+Pegado

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	1.0546	527.30
100	3.4298	342.98
2,000	0.6093	1,218.60
5,000	0.5202	2,601.00
10,000	0.4905	4,905.00

Pags. Interiores:

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

"Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal"

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de "El Adquiriente".

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90284

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Sobres

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 150 x 115 mm. Abierto

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
	PAPEL BOND 90 GR.		4	0
CUBIERTA				
PAGINAS				

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso

Cubierta:

Encuadernación: Troquelado+Pegado

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	0.7310	365.50
100	3.4346	343.46
2,000	0.2241	448.20
5,000	0.1227	613.50
10,000	0.0889	889.00

Pags. Interiores:

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

"Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal"

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de "El Adquiriente".

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90285

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Hojas Membretadas

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 150 x 115 mm. Abierto

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
	PAPEL BOND 90 GR.		4	0
CUBIERTA				
PAGINAS				

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso

Cubierta:

Encuadernación: Ninguna, hojas sueltas

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	0.2252	112.60
100	1.0656	106.56
2,000	0.0676	135.20
5,000	0.0361	180.50
10,000	0.0256	256.00

Pags. Interiores:

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

“Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal”

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de “El Adquiriente”.

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90286

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Tarjetas De Presentación

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 90 x 55 mm. Abierto

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
	PAPEL COUCHE MATE 250 GR.		4	4
CUBIERTA				
PAGINAS				

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso

Cubierta:

Encuadernación: Ninguna, hojas sueltas

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	0.3091	154.55

Pags. Interiores:

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

“Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal”

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de “El Adquiriente”.

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90291

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Carpetas

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 210 x 457 mm. Abierto

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
	PAPEL COUCHE MATE 250 GR.		4	4
CUBIERTA	PAPEL COUCHE MATE 250 GR.		4	0
PAGINAS				

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso

Cubierta:

Encuadernación: Troquelado+Pegado

RECUBRIMIENTO PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	1.2665	633.25
2,000	0.4427	885.40
5,000	0.2779	1,389.50
10,000	0.2230	2,230.00

Pags. Interiores:

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

"Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal"

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de "El Adquiriente".

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida

Quito, 2 Marzo, 2011

Señores

Oferta N° 90299

MARIA CLARA CUEVA

Atn. María Clara Cueva

Fax

Ref: Manual

Quito

Tengo a bien dirigirme a usted para poner en su conocimiento la cotización de la obra en referencia de acuerdo con las siguientes características:

Tamaño: 210 x 222 mm. CERRADO

Separación de colores: 0

Elementos :	Materiales	COLORES :	ANV / REV	PAGS
GUARDAS				
CUBIERTA	PAPEL COUCHE MATE 350 GR.		4 0	4
PAGINAS	PAPEL COUCHE BRILLANTE 115 GR.		4 0	96
	PAPEL COUCHE BRILLANTE 115 GR.		4 0	4

Pags Interiores: Impresas a 4 tintas, anverso

Cubierta: Portada: 4color(es) anverso - 0 color(es) reverso. Laminado Mate anverso

Encuadernación: Rústica, Encolado y Cosido, Portada con Solapas

RECUBRIMIENTO

PLASTIFICADO:

BARNIZ UV :

Cantidad	Valor unitario	Valor total
500	4.2327	2,116.35
2,000	1.7439	3,487.80
5,000	1.2461	6,230.50
10,000	1.0802	10,802.00

Pags. Interiores: 100.0

Forma de pago: 50 50% anticipado, saldo contra entrega del trabajo terminado

Lugar y plazo de Entrega: A convenirse. Luego de la aprobación de las pruebas digitales presentadas por Imprenta Mariscal.

Términos y Condiciones de la oferta:

Oferta válida por 30 días. Estos precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.

"Factura que será emitida por Imprenta Mariscal Cia Ltda y/o Iralgraf Ecuatoriana Cia Ltda. - empresa comercializadora del grupo Imprenta Mariscal"

Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada

La provisión de servicios **no incluye Diseño Gráfico**, siendo esta responsabilidad exclusiva de "El Adquiriente".

Es responsabilidad del cliente, el uso de marcas registradas de propiedad intelectual y derechos de autor, así como el contenido de los textos, eximiendo a Imprenta Mariscal de cualquier reclamo posterior a la impresión de los mismos.

Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario.

Al suscribir el presente documento apruebo la oferta de Imprenta Mariscal Cia. Ltda. O Iralgraf Ecuatoriana Cia. Ltda., conforme a las condiciones antes descritas

Atentamente,

Esteban Uribe
 Gerente Comercial
 Imprenta Mariscal
 OFC / SCA

Aprobación del cliente:

Fecha de entrega requerida