

FICHA TÉCNICA:

Tolita “Diseño Ancestral”

Marca de Joyas inspirada en la Cultura “Tolita” Reinterpretación del Diseño Ancestral

Daniela Monserrat Bravo Soto

Iván Burbano

Quito , mayo 2014

58 Páginas

Resumen

Diseño de joyas de plata con las formas de la cultura Tolita.

El diseño de joyas puede ser una manera de recuperar los símbolos de una cultura ancestral.

Tema: Diseño de joyas de plata en base a la reinterpretación de las formas de la joyería de la cultura Tolita.

El diseño corporal y las joyas forman parte de la expresión de la identidad cultural de los pueblos, en ellos se encuentran los símbolos que contienen una información sobre la cosmovisión de sus pobladores, recuperar estos símbolos es actualizar su significado.

La suma de experiencia y saberes colectivamente acumulados a lo largo del tiempo y la creatividad hacen posible la expresión artística artesanal de la joyería, en donde se expresa la cultura del pueblo Tolita.

Esta expresión es antropomorfa y zoomorfa en formas geométricas predominan rasgos de animales tales como el jaguar, el mono, varios tipos de aves, y reptiles de una manera estilizada con detalles en alto relieve, con piezas móviles y uso de piedras preciosas. En cuanto al aspecto antropomorfo, la presencia de máscaras, detalles de nariz, ojos y boca.

Los antiguos pobladores, de lo que hoy es el Ecuador constituyen la base de la nacionalidad ecuatoriana. El Ecuador se asienta sobre un territorio en la costa, sierra, oriente, y peninsular.

La cultura se asienta en la costa ecuatoriana en lo que hoy es actualmente la provincia de Esmeraldas y parte de Manabí.

La zona se tiene una flora y fauna tropicales muy diversa. Esta característica geográfica se refleja en la representación de su joyería y sus vasijas

de barro. Este reconocimiento del entorno es parte de la identidad de los pueblos. Esta abstracción de las formas vivientes (animales, plantas, hombres) dan formas geométricas es una manifestación de la cultura y promueve la identidad.

A partir del reconocimiento del entorno geográfico, de los seres vivos plantas y animales y de la presencia humana se elabora una visión del mundo que se encuentra inmersa en un universo.

El ser humano es consciente de su entorno en la cultura Tolita por eso tiene una responsabilidad específica como guardián de la tierra. Para cumplir con esta responsabilidad se realizan actos rituales para los cuales se elaboran los objetos ceremoniales, los adornos corporales como joyas elaborados en oro, plata cobre y platino.

La cultura Tolita se encuentra en el periodo de Desarrollo Regional aproximadamente en el año 600 A.C. y dura hasta el 400 D.C.

Se basa en el cultivo de maíz, frijol, yuca, algodón, frutas tropicales. La actividad agrícola es revolucionaria en relación con el anterior período de caza y recolección.

El sedentarismo permite el desarrollo de la arquitectura, escultura, canto, danza y de las artesanías, cerámicas, joyería y textiles.

Los conocimientos sobre las técnicas productivas son transmitidos por vía de la enseñanza directa en los oficios correspondientes.

La orfebrería es el trabajo que se realiza con metales, el cual requiere de conocimientos sobre estos y sus características y técnicas para el trabajo. Los metales utilizados fueron el oro, la plata, el cobre y el platino.

“La cultura Tolita conoció las técnicas más diversas y complicadas como el fundido, el forjado, laminaciones por martillo, la fundición en molde así como las amalgamas y las sueldas; también el repujado, la confección de alambre y de filigrana, entre otras. Los metales más utilizados fueron el oro, el cobre y el platino. Estos elementos se convertían en piezas de adornos personales y rituales; confeccionaban anillos, orejeras, narigueras, clavos faciales, collares y pendientes, incluyendo aditamentos para ser cosidos a los vestidos.” (Murgueytio, 2007)

Las temperaturas de fusión de los metales a ser utilizados en este emprendimiento son:

Oro 1.063 grados Centígrados; Cobre 1.083 grados Centígrados; Plata 963 grados Centígrados; Platino 1.773 grados Centígrados

Una joya es un bien suntuario, su elaboración parte de la obtención del metal, en este caso y para el desarrollo del Plan de Titulación se utilizó plata proveniente de las minas del Ecuador.

Se realiza el proceso necesario para una buena producción y empaquetado del producto que va a ser exportado, pasando por cada una de las fases y cumpliendo las normas de calidad.

Palabras clave

Tolita, cosmovisión, simbolismo, morfología, reinterpretación, diseño, joyas, marca, exportación, carta de crédito.

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes contemporáneas

**Marca de Joyas inspirada en la Cultura “Tolita”:
Reinterpretación del Diseño Ancestral**

Daniela Monserrat Bravo Soto

Iván Burbano, MA. Director de Tesis

Trabajo de Titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciada de Diseño Comunicacional

Quito, mayo de 2014

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**Marca de Joyas inspirada en la Cultura “Tolita”:
Reinterpretación del Diseño Ancestral**

Daniela Monserrat Bravo Soto

Iván Burbano, MA.
Director de la tesis

Cristián Mogrovejo, MA.
Miembro del Comité de Tesis

Cristine Klein, MA.
Miembro del Comité de Tesis

Daniela Barra, MA.
Miembro del Comité de Tesis

Hugo, Burgos, Ph.D.
Decano del Colegio de
Comunicación y Artes
Contemporáneas

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: -----

Nombre: Daniela Monserrat Bravo Soto

C. I.: 1712257060

Fecha: Mayo 2014

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a mi familia por su apoyo durante todos estos años de universidad, a mis amigos por que son una parte importante de mi y a todo el mundo que le interese leer esta investigación sobre diseño y exportación de la marca de joyas TOLITA.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi familia por todo el apoyo, a los profesores Cristian Mogrovejo e Iván Burbano por su constante guía, a la Universidad y al Ministerio de Cultura del Ecuador por permitirme realizar mi investigación en sus instalaciones.

ABSTRACT

La marca de joyas “Tolita” nace a partir del estudio y la reinterpretación de los símbolos de la ancestral y rica historia cultural ecuatoriana de la Tolita; el análisis y diseño de la joyería se basa en las formas de las piezas arqueológicas utilitarias y ceremoniales que se encuentran en el Museo del Oro de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

El adorno corporal y las joyas forman parte de la expresión de la identidad cultural de los pueblos, en ellos se encuentran los símbolos que contienen una información sobre la cosmovisión de sus pobladores; recuperar estos símbolos es actualizar su significado.

El diseño de las joyas reinterpreta las figuras de los diseños de la cultura Tolita, procurando mostrar su manera de pensar y llevando a la actualidad sus diseños.

Esta investigación tiene como objetivo analizar los símbolos ancestrales expresados en dibujos geométricos antropomorfos de la cultura Tolita, por lo tanto la marca Tolita da a conocer los símbolos que revelan sus creencias y su forma de ver el mundo.

La agenda planteada propone un estudio de los siguientes temas: símbolo, cultura, identidad ecuatoriana, cosmovisión, responsabilidad, conocimientos de agricultura y metalurgia, procesos de exportaciones.

INDICE DE CONTENIDO			
HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN	ii		
© DERECHOS DE AUTOR	iii		
DEDICATORIA	iv		
AGRADECIMIENTOS	v		
INDICE DE CONTENIDO	xi		
INDICE DE TABLAS	xiv		
INDICE DE FIGURAS	xiv		
INTRODUCCIÓN	2		
1. Capítulo 1 CULTURA “TOLITA”	2		
1.1 Relación entre sistema de producción y simbolismo en la Cultura “Tolita” y su incidencia en la construcción de la identidad nacional ecuatoriana.	2		
1.1.1 Investigación Inicial	2		
1.1.1.1 Marco conceptual	2		
1.1.1.2 Concepto de símbolo.	3		
1.1.1.3 Concepto de Cultura	4		
1.1.1.4 La cultura en la antigüedad y modernidad.	5		
1.1.1.5 Ubicación y línea del tiempo	6		
1.1.1.6 Cosmovisión.	7		
1.1.1.7 Las relaciones entre varias generaciones	7		
1.1.1.8 Responsabilidad	7		
1.2 El conocimiento de la naturaleza aplicado a la agricultura	8		
1.2.1 Forma de producción	8		
1.2.2 El arte de la orfebrería (ciencias físicas y químicas)	8		
1.2.2.1 Escenario:	13		
1.2.2.2 Fenómeno:	14		
1.2.3 Identificación del problema	14		
1.2.4 Recolección de datos, observación y análisis	16		
1.2.4.1 Narrativa:	19		
		1.2.4.2 Personajes:	19
		a. Objetivos:	22
		i. Objetivo general:	22
		ii. Objetivo social:	22
		iii. Objetivo académico:	22
		iv. Objetivo personal:	23
		b. Diseño:	23
		i. Estilo	23
		c. Análisis morfológico	23
		d. Manual de Identidad Corporativa	23
		i. Logotipo	23
		ii. Isotipo	24
		iii. Tamaño y proporciones	24
		iv. Tipografía	25
		v. Guía de colores	25
		e. Fotografías comerciales	26
		i. Aretes con móvil:	26
		ii. Anillo Yachak	26
		iii. Aretes con rayos:	27
		iv. Colgante de ojo:	27
		CAPITULO 2 PLAN DE EXPORTACIÓN	28
		2.1 Introducción	28
		2.2 Descripción del negocio: perfil de la empresa	28
		2.2.1 Razón Social	28
		2.2.2 Sector Económico	28
		2.3 Evaluación de la capacidad exportadora: Perfil de la Capacidad Exportadora	28
		2.4 Descripción del producto:	29
		2.4.1 Clasificación del producto	29
		2.5 Direccionamiento Estratégico	29
		2.5.1 Canales de distribución	29

2.6 Definición del segmento	31	Tabla 1 Áreas metropolitanas Estados Unidos	54
2.6.1 Segmentación de mercado	31	Tabla 2 Segmentación de Mercado	55
2.7 Estrategia de posicionamiento	32	Tabla 3 Descripción del país a exportar	66
2.8 Estrategias de la mezcla del marketing.	32	Tabla 4 Incoterm	72
2.8.1 Producto:	33		
2.8.2 Precio	34		
2.8.3 Plaza	35		
2.8.4 Promoción	35		
2.9 Calidad del Producto	36		
2.9.1 Logística nacional	37		
2.10 Análisis de Mercado	38		
2.10.1 Selección del país a exportar	38		
2.10.2 Descripción del país a exportar: Estados Unidos	39		
2.10.3 Situación geográfica	39		
2.10.4 Distribución de la población	40		
2.10.5 Características de la consumidora de Estados Unidos	40		
2.11 Estrategia de exportación	41		
2.11.1 Envase	41		
2.11.2 Canales de Distribución	42		
2.12 Formas de Negociación	43		
2.12.1 Factura de Exportación o comercial:	43		
2.12.2 Póliza de Seguro	43		
2.12.3 Factura Comercial	43		
2.12.4 Condiciones de Pago	44		
2.13 Logística	45		
3 BIBLIOGRAFÍA	48		
		INDICE DE FIGURAS	
		Figura 1 Fotos de Objetos cultura Tolita	16
		Figura 2 El Jaguar	18
		Figura 3 Estilos	24
		Figura 4 Extracción de figuras	24
		Figura 5 Diseños	24
		Figura 6 Logotipo	26
		Figura 7 Isotipo	26
		Figura 8 Porciones de Isotipo	27
		Figura 9 Tipografía	28
		Figura 10 Guía de colores	29
		Figura 11 Medidas de mal uso de Logotipo	30
		Figura 12 Aretes	30
		Figura 13 Anillo	31
		Figura 14 Aretes	32
		Figura 16 Fijación de Precios	42
		Figura 17 Logística	44
		Figura 21 Canal de Distribución	49

INDICE DE TABLAS

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo fue realizado con el fin de rescatar y reinterpretar los diferentes símbolos y conceptos de vida de la Cultura Tolita que existió desde hace 600 años A. C. hasta 400 D. C. y que son parte de nuestra identidad ancestral para utilizando su legado, elaborar joyas basadas en el diseño de la Cultura Tolita.

Se investigó indagando en los diferentes medios de comunicación y archivos existentes del Museo de Oro de la Casa de Cultura Ecuatoriana, de los cuales pude obtener la información requerida para revisando los conceptos de cultura en la modernidad, reinterpretar y elaborar joyas inspiradas en la cultura Tolita, con el objetivo de que manteniendo la cosmovisión de esa cultura poder diseñar y fabricar joyas en plata con el fin de ejecutar un emprendimiento personal con fines de exportación.

1. Capítulo 1 CULTURA “TOLITA”

1.1 Relación entre sistema de producción y simbolismo en la Cultura “Tolita” y su incidencia en la construcción de la identidad nacional ecuatoriana.

1.1.1 Investigación Inicial

1.1.1.1 Marco conceptual

Identidad Ecuatoriana

Los antiguos pobladores de lo que hoy es el Ecuador, constituyen la base de la nacionalidad ecuatoriana. Los ecuatorianos portamos una cédula de ciudadanía en la que registramos nuestro nombre, lugar de nacimiento, los nombres de nuestros padres, el grado de instrucción que se tiene y el estado civil. La cédula sirve para identificar a las personas.

De la misma manera pero de una forma colectiva, el tema de la identidad nacional, tiene que ver con rasgos comunes compartidos, tales como el lugar en el que habitamos, los rasgos físicos, las costumbres y tradiciones.

En lo que concierne a la cultura Tolita, su legado es importante porque nos deja los conocimientos y saberes de su forma de producción agrícola, que implicó el conocimiento de una nueva tecnología, así como el conocimiento de la física y la química, de los metales preciosos, piedras preciosas y cuarzos.

Una sociedad claramente jerarquizada y con funciones bien definidas, el yachak, el guerrero, el navegante, el agricultor, el alfarero, todos con el conocimiento de su entorno geográfico, de las plantas y de los animales.

Los conceptos de libertad asociados a la responsabilidad propios de una cultura basada en la importancia del desarrollo personal supeditado a los objetivos del conjunto social.

La identidad ecuatoriana es una categoría, entendida ésta como la concepción de una nación, que se viene forjando desde la más alta antigüedad, esto es, desde hace 13.000 años.

Tiene un componente diverso. En el Ecuador se hablan dos lenguas y diferentes dialectos que son utilizados por los diversos grupos étnicos del país; como los Quichua, Shimi, Awapit, Chapalachi, Tsafiqui, Paicoca, A'ingae, Huao-tiro, Shuar-chichan y Záparo. Dentro de las lenguas, el quichua es el de mayor difusión, el vestuario, las costumbres, es decir, es una composición múltiple, que posee un solo eje transversal a las culturas y este es el entorno geográfico de los Andes Septentrionales.

Cada pueblo o nacionalidad pone énfasis en uno u otro aspecto del ámbito social en el que se desenvuelve, destacando primero su entorno geográfico, las plantas y animales que son importantes en su medio ambiente. De la misma manera cada pueblo o nacionalidad resalta aspectos astronómicos reflejados a partir de su cosmovisión.

1.1.1.2 Concepto de símbolo.

Para introducirnos en el universo simbólico es necesario constatar la existencia de la vida psíquica que es en donde el símbolo se expresa. ¿Qué se entiende por Psiquis?. En este ámbito del símbolo, la vida psíquica tiene una representación física y material. Se asienta en la constatación de que hay una serie de relaciones que son más o menos comprensibles. A través de los símbolos

logramos llegar a consensos o convenciones que dan un significado y estructura a las formas de pensamiento.

En la manifestación de la vida hay algunos hechos que no logran explicarse mediante la descripción y de los cuales demandamos un significado. Encontrar la correspondencia y las relaciones es entrar en el mundo del significado. Estas explicaciones han estado en el ámbito mítico y religioso, en cambio la ciencia tiene que ver con los sentidos y las medidas. El estudio de los significados se estudia en la semiótica.

La característica principal de los símbolos es que representan al todo y cada persona llega a interpretarlas de acuerdo a su propia experiencia y cultura.

1.1.1.3 Concepto de Cultura

Es muy complejo definir el término cultura. Durante algún tiempo los sociólogos, historiadores y psicólogos han ido trazando un largo camino para determinar lo siguiente: por un lado se forma con la suma de experiencias y saberes colectivamente acumulados a lo largo del tiempo en la memoria de los pueblos, y por otro, por el permanente afán humano de buscar lo que aún no existe y de lograrlo mediante la creación intelectual, artística y literaria. Esta doble dimensión de cultura hace posible la síntesis del pasado y el futuro en un presente proporcionado sentido y de proyección histórica:

Memoria + creación = cultura

Ninguna cultura, sin embargo, está sola. Todas se encuentran inmersas en una red de mutuas relaciones y es precisamente en el diálogo que cada cultura establece con las demás en donde nace la identidad de cada una, a partir del reconocimiento de rasgos diferenciales.

Cultura + diálogo = identidad

El entorno es uno de los elementos que influyen en la construcción del concepto de identidad, porque es ahí donde se desarrollan los hechos culturales.

Otro de los elementos es el tiempo en el que ocurren los hechos culturales, este factor va de la mano porque están íntimamente ligados al desarrollo de la sociedad y de la cultura.

Entonces las acciones culturales que se realizan en el tiempo y espacio, dan cuenta de este fenómeno (espacio-tiempo) y lo celebran.

Ahora, los elementos que son visibles para la orientación del ser humano en su hábitat, tales como el sol, la luna y las estrellas, forman el conjunto de referentes para contar el tiempo y a su vez significan las fuerzas de la naturaleza a las cuales se rinde culto de donde deviene la cultura.

La finalidad de la cultura ha variado a lo largo de la historia de la humanidad, en el sentido extenso del término cultura significa: “cultivo”, cuyo significado es “el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre” (Diccionario de la Real Academia de la Lengua); en este sentido, cultura coincide con la educación intelectual y moral; es decir el hombre culto es el que participa de los más altos valores conservados por esta tradición de la sociedad; en este sentido, la cultura se asocia a la educación intelectual y moral.

Por otra parte, el concepto de cultura se ha dividido entre dos concepciones diametralmente opuestas. Por un lado, la formación de la individualidad lo que los griegos llamaron Paideia y los latinos Cultus Anima (cultivar el alma); y por otro, lo que el hombre realiza para dominar la naturaleza, modificar el ambiente natural y adaptarlo a sus necesidades, fines, intereses y valores (Comunicación personal).

Es a través de la individualidad que llegamos al concepto de identidad, porque cada individuo tiene que manifestarse y así a través de la expresión

(artística, literaria, artesanal y en general de las costumbres, mitos y religión) dar a conocer la forma del mundo que le rodea, a esto le llamamos identidad.

1.1.1.4 La cultura en la antigüedad y modernidad.

Como mencionábamos anteriormente, tanto para las culturas andinas como para los griegos y latinos “el sentido de la cultura es armonizarse o cultivar una naturaleza dada de antemano” (Martinell, 2001)

Para la modernidad el concepto predominante fue independizarnos de “la naturaleza animal para configurar lo verdaderamente humano.” (Martinell, 2001)

Con el objeto de comprender históricamente la cultura “Tolita” vamos a revisar los conceptos de cultura en la modernidad, ya que estos se contraponen a los de objeto de estudio. En el siglo XVI dos corrientes circularon en el mundo, la tradición ilustrada y la tradición romántica, la primera “insiste en la noción de universalidad y con ella la de razón y naturaleza iguales para todos los hombres”; la segunda discute el universalismo y valora la diversidad de culturas” (Martinell, 2001).

La primera concepción nos independiza y separa de la naturaleza, la segunda intenta incluirnos, a pesar de los instintos, formas de vida, valores y costumbres.

En síntesis, en la concepción ilustrada la civilización europea propicia la oposición entre naturaleza y cultura, pueblos cultos e “incultos”, por lo tanto, el viejo continente era la cuna de la cultura y de la civilización, considerando algunos pueblos más desarrollados que otros, en tanto que los otros pueblos son catalogados y etiquetados como atrasados e inclusive como bárbaros o salvajes. La tradición romántica, inspirada en Rousseau supone por el contrario una comprensión exhaustiva de los procesos históricos de cada cultura y civilización y cuestionando la idea de progreso como máxima bandera para el desarrollo de los

pueblos, “mostrando cómo cada cultura es autónoma y no puede ser juzgada con los parámetros con los cuales se juzgan otras culturas”. (Martinell, 2001)

El proceso cultural desarrollado por la sociedad “Tolita” originaria del Ecuador o Andes septentrionales, marcó huellas profundas en el desarrollo histórico en el Ecuador actual e incluso en muchas partes del continente americano.

1.1.1.5 Ubicación y línea del tiempo

La cultura “Tolita” estaba ubicada en la Provincia de Esmeraldas y Norte de Manabí, está datada en el 600 A.C. y duró hasta el 400 D.C.

1.1.1.6 Cosmovisión.



Fuente: Sala del oro Banco Central

Los pueblos indígenas o ancestrales concibieron a la tierra como Madre (pachamama en idioma Kichwa), pues consideraban que esta les había provisto de todas las cosas necesarias para vivir. Por ello la trataron con respeto y honor, aceptando la íntima relación con todas las criaturas que en ella existían, fundiéndose en la unidad del universo.

1.1.1.7 Las relaciones entre varias generaciones

Las diferentes generaciones fueron instruidas en guardar gran respeto sobre todas las cosas vivientes de la tierra, pues su bienestar dependía de un armonioso equilibrio entre los seres humanos y los otros seres del planeta.

Además de la comunión con el ser humano y la naturaleza, también tuvieron una estrecha relación con los antepasados y los dioses, por ello concibieron la existencia de tres mundos: el exterior o ancestral, de los astros; el interior, del inframundo o mundo de las profundidades; y, el terrestre, que separaba y conectaba ambos planos. Entre los tres mundos se encontraban las deidades, las cuales también tenían espíritu (Ontaneda, 2001)

Así, la comunidad de los vivos dependía de la bondad de los difuntos, especialmente de aquellos que eran considerados ancestros debido a su calidad de jefes de linajes con mucho prestigio, de las deidades y de otros espíritus poderosos.

Para comunicarse con ellos rindieron culto a volcanes, montañas, cerros, cuevas, ríos, cascadas o lugares especiales donde el agua sale de la roca, pues estos sitios constituyen “puertas” que permiten la comunicación con el cosmos, desde donde se puede enviar y recibir mensajes de los espíritus.

1.1.1.8 Responsabilidad

Así el ser humano adquirió una responsabilidad espiritual específica como guardián de la tierra. Por esa razón, su cultura se basó en las enseñanzas

de la Pachamama, por lo que la práctica espiritual entró en su modo de vida, es decir, era inseparable de su día a día.

Con este propósito también elaboraron una serie de objetos extraordinarios, manufacturados en materiales cargados de espiritualidad y poder simbólico. “Los objetos son todo lo que queda del pensamiento antiguo; son evidencias de ritos, reuniones, fiestas, funerales y mitos. Fueron utilizados en eventos ricos en simbolismo, que eran acompañados de canto y música”. (Stohtert, 2006)

En el pensamiento indígena ancestral, la fuerza vital del universo se expresó en los materiales que brillan, especialmente en los metales preciosos. Entre ellos, sobresale el oro, pues este evoca el brillo del sol, que también fue uno de los pilares en la cosmovisión de los andes septentrionales.

1.2 El conocimiento de la naturaleza aplicado a la agricultura

1.2.1 Forma de producción

La cultura Tolita pertenece al período de Desarrollo Regional (600 A.C), en este período se hicieron interesantes innovaciones en las técnicas de cultivo y se convirtieron en pueblos especializados en la siembra y producción de maíz, yuca y fréjol, entre otros; productos que luego eran intercambiados en los mercados. La Cultura Tolita basa su vida en las labores agrícolas, la agricultura es una revolución tecnológica en relación con la forma de producción recolectora y cazadora anterior, en otras palabras se trata del paso de cazadores y recolectores al sedentarismo agrícola, al domesticar el grano que nutría a sus pueblos, esto marca un ritmo, que está en consonancia con el manejo del tiempo y por ende de un calendario.

1.2.2 El arte de la orfebrería (ciencias físicas y químicas)

El resplandor del color de los metales era la principal muestra visible de poder, pero un poder de naturaleza simbólica. A diferencia de la metalurgia europea, que se desarrolló primordialmente con fines bélicos y utilitarios, la metalurgia precolombina del nuevo mundo se concentró en satisfacer necesidades de carácter espiritual. (BCE, 1998)

En lo tecnológico alcanzó un gran nivel. En el antiguo Ecuador, sus fases experimentales datan entre el 1500 y el 100 A.C., mientras que su apogeo se da a partir del 500 A.C. (Lleras, 2006). Los orfebres de varias culturas dominaron las técnicas del martillado, fundido, laminado, repujado, soldadura, filigrana, incrustación, ensamblaje, etc.

Sobresale el trabajo de los orfebres de “Tolita” (600 A.C. - 400 D.C.) quienes fueron los primeros a nivel mundial en trabajar en platino y alearlo con el oro. Utilizaron un método muy particular: las partículas de platino una vez separadas, eran mezcladas con un poco de oro en polvo, esta mezcla era en seguida calentada y el oro en polvo se volvía líquido y penetraba el platino, mientras que una pequeña porción de este metal se diluía en el oro fundido, luego los orfebres alternaban calor y martillado para obtener láminas a partir de las cuales fabricaban diversos objetos que eran añadidos a otras piezas más elaboradas. Los orfebres de la cultura “Tolita” no fundieron el platino por que hubiera sido necesario llegar a temperaturas altísimas como los 1700 grados centígrados. (Leiva y otros, 1994).

El simbolismo del brillo y el color metálico persistió en el mundo andino hasta el momento de la conquista europea.

Los datos de las fuentes de metales preciosos, características de los metales que se mencionan a continuación, fueron tomados del Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012.

Oro, cobre, plata y platino

Todo el desarrollo de las características de estos metales preciosos fue tomado del Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012.

El oro

El oro es un elemento químico de símbolo Au y de color amarillo. Tanto el nombre “oro” como su símbolo se derivan del latín aurum que se refiere al resplandor, a la luz, a dorar, dorado, áureo. La palabra “orfebre”, del francés antiguo, se deriva a su vez del latín auri faber “metalúrgico del oro”, el que fabrica oro. En la antigüedad, la principal preocupación de los alquimistas era producir oro a partir de otras sustancias como el plomo.

El oro ocurre en la naturaleza como parte integrante de las rocas. Se cree que se forma de gases y líquidos que se elevan desde el interior de la tierra, los cuales viajan a la superficie a través de fallas de la corteza terrestre. Es encontrado en vetas, depósitos, en depósitos de cobre porfirico, placeres y en menor escala en el agua del mar. Las vetas están incrustadas en las rocas, mientras que los depósitos de placeres están constituidos por partículas llamadas pepitas (independientemente de su tamaño). Estas pepitas fueron arrancadas, lavadas y cargadas desde las vetas por aguas superficiales como los ríos. Raramente encontrado en su forma pura, el oro está usualmente combinado con plata en una aleación natural llamada electrum u oro argentífero (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

El oro es el metal más maleable y dúctil de todos, de ahí que se puedan obtener láminas extremadamente delgadas. También es el segundo más pesado, con una densidad de 15.6 – 18.3 g/cm³; es blando (2,5 – 3 en la escala de Moh) y tiene un punto de fusión de 1.063°C. Es excelente conductor de calor y electricidad y especialmente es incorruptible, no reacciona con ácidos ni con el

oxígeno, es decir no se oxida ni pierde su brillo; sólo reacciona con el agua regia (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

El cobre

Del latín cuprum procedente del griego Kýpros, nombre propio de la isla de Chipre, donde se obtenía este metal en abundancia. Su símbolo químico es Cu.

El cobre es conocido desde tiempos remotos y probablemente fue el primer metal utilizado para fabricar útiles. En la naturaleza existen diferentes tipos de yacimientos con diversas presentaciones dependiendo de los procesos geológicos que le dieron lugar que a la vez inciden en su manera de explotación. Unos producen cobre nativo, pero otros, por la acción de los agentes atmosféricos a través de millones de años, son depósitos de cobre oxidado: la cuprita o cobre rojo, que tiene un 90% de contenido de cobre, asociada con frecuencia al cobre nativo, y los carbonatos como malaquita y azurita.

El cobre tiene un color rojo pardo característico, es pesado con un peso específico de 8.92 g/cm³ y es excelente conductor de calor y electricidad. Funde a 1.083°C y no se quema al aire pero gradualmente se convierte en óxido cuproso o cúprico cuando se calienta al rojo vivo. Aunque no suele afectarse por el aire a temperatura ordinaria, su exposición al aire húmedo sí ocasiona un revestimiento o pátina verde, característica de los carbonatos. Es un metal maleable y dúctil y presenta un alto grado de acritud, es decir, se vuelve quebradizo al ser sometido al martillado, debido a su rápido endurecimiento (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

La plata

Los alquimistas de la antigüedad la llamaban el metal Luna o Diana, por la diosa de la luna, y le atribuyeron el símbolo de la luna creciente. Su sím-

bolo químico es Ag, se deriva de latín Argentum que significa blanquecino. En el siglo IV DC, Hispania era el principal proveedor de este metal para el imperio romano. Para exportarla se preparaba en láminas llamadas “Plattum (láminas argentum”. Posteriormente la pérdida del sustantivo dejó sólo a platta, y así llegó a nuestros días (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

La plata es un elemento bastante escaso que se forma en rocas ígneas y metamórficas en filones hidrotermales. La mayoría de las veces se encuentra como minerales que contienen compuestos de plata. Aproximadamente tres cuartas partes de la plata producida hoy en día son un subproducto de la extracción de otros minerales especialmente del cobre, el zinc y el plomo. Su aleación natural con oro se conoce como electrum.

Los yacimientos más notables de plata pura se encuentran en México y en Perú.

Después del oro, la plata es el metal más maleable y dúctil. Es el de más alta conductividad térmica y eléctrica. Es moderadamente suave y un poco más duro que el oro. Funde a 963°C. es lustroso, de color blanco grisáceo, y cuando se pule su brillo refleja el 95% de la luz. No se oxida fácilmente pero su superficie ennegrece a causa de pequeñas impurezas de sulfuros (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

Por lo común la plata se recupera de los minerales de plata por tostación del mineral en un horno para convertir los sulfuros en sulfatos y posteriormente poder extraer químicamente la plata metálica. El proceso más común es el del amalgamado, en el cual se vierte mercurio líquido sobre el mineral triturado; el mercurio forma una amalgama con la plata, que se lava y procesa para que el mercurio se volatilice y quede libre la plata.

Otra forma de beneficiar la plata es por medio de la copelación, que consiste en mezclar el metal precioso impuro con plomo: los metales se funden conjuntamente en un crisol poroso o copela (copa pequeña) hecho a menudo con cenizas de hueso. Al soplar sobre la masa fundida, el plomo y los restantes

metales viles se oxidan y el óxido de plomo es en parte eliminado por el soplo y en parte absorbido por las paredes del crisol. En el crisol queda un botón de plata refinado.

El platino

El platino fue descubierto por primera vez, como metal, en Colombia; en el año de 1.748 el oficial de marina español don Antonio de Ulloa y García de la Torre lo presentó en Europa. Los indígenas americanos, sin embargo, lo conocían ya dos milenios antes y lo podían trabajar por sinterización.

Su nombre proviene de la palabra española platina o plata menor, ya que inicialmente se le creía una variante de la plata. Los españoles descubrieron depósitos aluviales de este metal cuando exploraban minas en busca de oro en la región del Chocó, en la mina de Santa Lucía cerca de la población de Tadó. Allí notaron la existencia de un metal de color blanco grisáceo, imposible de fundir y con ningún uso aparente e inicialmente lo botaban de nuevo en los ríos para que, según la alquimia, terminara de madurar. Aún cuando algunos ejemplos llegaron a Europa, se experimentó gran dificultad para obtener una masa de platino maleable debido a su altísimo punto de fusión de 1.773°C (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

No es un metal muy abundante en la corteza terrestre. Por lo general se encuentra en estado metálico en forma de pepitas aleado con otros metales del grupo del platino y asociado a minerales de níquel, oro, cobre y cromo.

Los placeres más abundantes se encuentran en la región del Pacífico de Colombia y Ecuador y Colombia es uno de los mayores productores del mundo.

Se trata de un metal de color blanco grisáceo, blando, dúctil, maleable, pero con un altísimo punto de fusión, lo que lo cataloga como un metal difícil de trabajar. Se expande ligeramente con el calor y tiene una resistencia eléctrica alta. Químicamente es bastante inerte, resiste el ataque con el aire, el

agua, ácidos y reactivos ordinarios, y sólo se disuelve lentamente con el agua regia. Es un metal muy pesado con una densidad de 21.45 g/cm³ y símbolo químico Pt. (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

El francés Lavoisier escribió en 1786 una carta sobre sus experimentos de 1782 para fundir el platino proveniente de “los dominios españoles en América”, y sólo hasta 1800 el químico británico W.H. Wollaston pudo purificarlo hasta hacerlo maleable (Museo del Oro, Banco de la República, Colombia, 2012).

Investigación de la problemática:

1.2.2.1 Escenario:

La Cultura Tolita basa su vida en las labores agrícolas. La agricultura es una revolución tecnológica en relación con la forma de producción recolectora y cazadora anterior, en otras palabras se trata del paso de cazadores y recolectores al sedentarismo agrícolas, al domesticar el grano que nutría a sus pueblos.

1.2.2.2 Fenómeno:

La cultura “Tolita” tiene muchos símbolos representativos de su cosmovisión que resultan ser muy interesantes, y que forman parte de la iconografía nativa ya que se utiliza como símbolos de la cultura.

1.2.3 Identificación del problema

La mayoría de los ecuatorianos desconocen sobre la cultura Tolita, porque no existe una verdadera difusión sobre la existencia de esta cultura milenaria.

Por ejemplo, el símbolo del Banco Central está representado por el sol de la cultura “Tolita” y pocos saben su origen e historia a pesar de ser un símbolo nacional.

En la investigación de campo, se realizó una sesión de fotografía en la sala del oro del Banco Central del Ecuador y una encuesta a 30 personas y los resultados arrojan la siguiente información:

¿Conocen el símbolo del sol emblema del Banco Central del Ecuador?

No conoce =15 correspondiente al 50%

Si Conocen =10 correspondiente al 33,3%

No saben de qué se trata = 5 correspondiente al 16,7%

De las personas que sí conocen el sol emblema del Banco Central, conocen a que cultura pertenece solamente 2 personas y desconocen 8 personas. De los resultados antes indicados, solamente 6,7% de los encuestados conocen que el símbolo del Banco Central corresponde a la cultura Tolita.

Para cumplir con los objetivos de la investigación, se procedió a realizar la solicitud a la Subsecretaría de Memoria Social del Ministerio de Cultura, Ivette Celi, con el objetivo de que se me permita observar las piezas del Museo Nacional del Banco Central de manera directa.

Realicé un contacto con la Dra. Estelina Quinotoa, para realizar una entrevista.

En general la atención en el Ministerio de Cultura y la Subsecretaría fueron amables.

La investigación tuvo a cabo en las instalaciones del museo Banco Central, actualmente dirigido por el ministerio de cultura. Realicé un largo trámite hasta poder realizar la investigación cualitativa que tenía como propósito experimentar la sensación de ver, tomar fotos y filmar las joyas y la experiencia de estar al frente de ellas sin ninguna protección de seguridad, cara a cara con

estos tesoros preciosos de más de 1.000 años atrás.

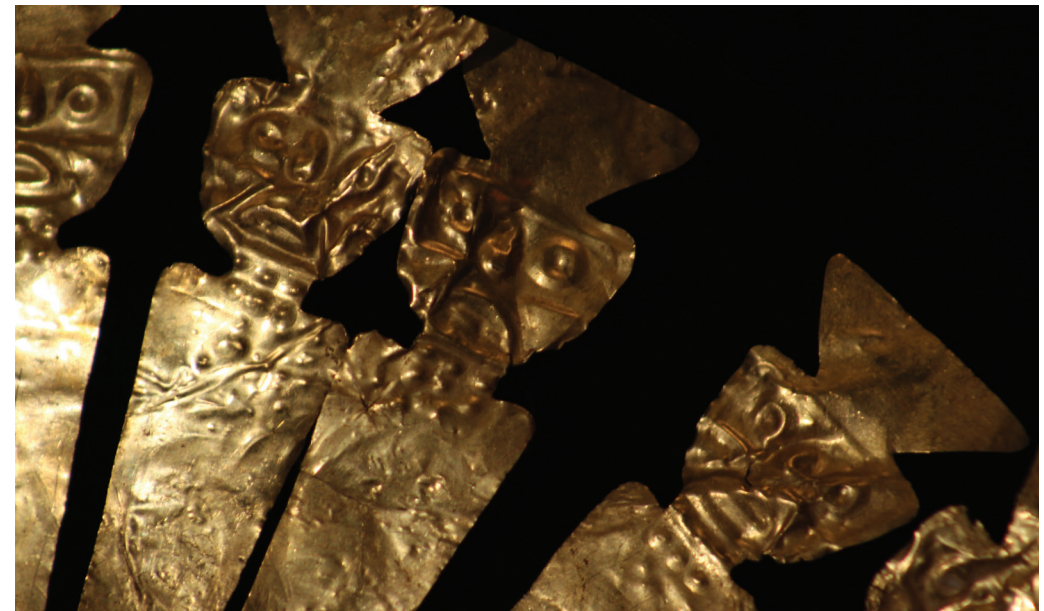
La experiencia tuvo lugar en la sala del Oro donde se expone la metalurgia realizada por las diferentes culturas Ecuatorianas a lo largo del país. Fue muy impresionante poder estar ahí y sentir su historia ya que al poder ver las joyas que realizaron los orfebres de la cultura “Tolita” sin ninguna protección de por medio (bajadas del pedestal) me dio la oportunidad de sentir la vibración de su color y forma en su máximo esplendor y así comprender la majestuosidad de estas piezas preciosas.

Esta experiencia fue muy enriquecedora ya que me ayudó a dar cuenta de la majestuosidad de estas piezas milenarias tan cuidadosamente realizadas, su brillo llenó mis ojos casi cegados por su esplendor, fue una experiencia única.

Las piezas observadas son: El sol insignia del Banco Central, el jaguar de platino y oro, las vasijas con las semillas de maíz, el yachac en forma de prendedor y la máscara miniatura de ojos móviles.

1.2.4 Recolección de datos, observación y análisis

Figura 1 Fotos de Objetos cultura Tolita
Fuente: Investigación de campo





El Sol

En esta observación en primer lugar reflexioné sobre el significado del uso del metal en los ornamentos, comprendiendo que se trata de un lenguaje de comunicación social y que gracias a su mensaje es posible ubicar rápidamente al usuario en su papel comunitario.

En el caso del sol, se trata de un artículo de uso ceremonial, es grande, atrae la mirada y tiene un brillo especialmente intenso que enaltece y protege a quien lo usa y que se difunde por todos los rayos.

Es como si se estuviera viendo el sol, hay un sentimiento de alegría y el reconocimiento de su poder, la vista al desplazarse por sus rayos va en todas direcciones, le llamaría a esto un efecto óptico. Las facciones son de una cara cuadrada, con rasgos duros, de nariz prominente y ojos saltones, en las orejas porta a su vez orejeras simuladas con líneas verticales.

La simbiosis de los animales salvajes con los que convivían a diario era el tema de diseño más representativo.



El Yachac

La figura del Yachac está inscrita en un primer círculo llano que a su vez está protegido por un segundo círculo trenzado y finalmente protegido por otro círculo de cuentas, es decir hay tres círculos protectores.

Descripción de un fenómeno de desdoblamiento en el que por su actividad entra en contacto con las fuerzas superiores o mundo superior. El Yachac tiene un par de pájaros que tienen un ala o una mano que vuela, mostrando un principio de cinco y cinco es decir diez, con las que controla las fuerzas del cosmos y las comunica.



El Jaguar

La pieza consiste en un círculo central móvil, sujeto a otro círculo fijo mediante una argolla.

El círculo fijo a su vez se encuentra rodeado de un círculo de cuentas. El Colgante tiene una unión entre lo humano y lo zoomorfo, la parte posterior de la cabeza del jaguar se convierte en serpiente, en el otro extremo aparecen una mano y un pie humanos.

En el jaguar se destacan las características tales como: la astucia, la velocidad, la valentía, la belleza la ferocidad, la cualidad de moverse y de mirar atrás lo cual le añade circularidad.

El jaguar contiene muchos elementos que hay que hay que interpretarlos de manera conjunta para poder ver el significado de la pieza. Es muy emocionante poder observarla de cerca.



Prendedor de ojos móviles

El prendedor consiste en una pieza semicircular de la cual penden los ojos que tiene por pupilas esmeraldas y contiene elementos móviles.

El oído es estimulado por el tintineo de estas piezas, que hablan por intermedio de este sonido, capta la atención y oculta al portador de esta máscara, parece un sueño en chiquito, sus acabados son perfectos.

La semilla

Algunas vasijas encontradas con semillas en las tumbas funerarias dan cuenta del conocimiento de las técnicas de cultivo.



La fábula como producto de diseño

Se ha procedido a la descripción de los objetos observados, en primer lugar en cuanto a las figuras representadas, en segundo lugar a la significación del uso de los metales como lenguaje de comunicación social y sus implicaciones en las características de poder y jerarquía dentro del conjunto social; y en tercer lugar a la significación del personaje y su función dentro de la cosmología andina. A partir de aquí se puede tomar los elementos que más nos han llamado la atención con el objeto de integrarlos en un proceso de diseño posterior.

Estrategia de literatura

Tomando en consideración los distintos puntos de vista de la bibliografía consultada que he usado para este trabajo los que constan en la metodología.

Solución de Diseño

Objetivos de diseño: Dar a conocer la Cultura Tolita, crear una marca que se identifique y dé a conocer esta cultura milenaria.

El objeto pretenderá dar significado y simbolizar la sensibilidad y madurez estéticas de esta cultura, dando el mensaje de la habilidad que se desarrolló en las técnicas y en los diseños en la metalurgia, creando una marca para el público objetivo y así dar a conocer sus interpretaciones y significados mediante un conjunto de piezas que darán a conocer la marca Tolita por medio de joyas.

Partidos del Diseño

El objeto de diseño (joyas) defenderá los siguientes valores:

Partido simbólico: Dar a conocer la simbología de la cultura Tolita representada en la marca y en los diseños.

Teniendo como referencia la simbiosis que recreaban de los animales y la importancia que tenían en el día a día.

Partido estético formal: La cultura Tolita es un ejemplo del talento artístico, en el cual el artesano dio rienda suelta y plena libertad a su creación de visiones reales o abstractas de su mundo natural y desconocido, desarrolló técnicas mucho más avanzadas para su época precolombina. En sus trabajos se puede observar que fueron dejando atrás las formas y patrones comunes para dejar que el artista deje a su imaginación la interpretación de sus diferentes formas de expresión, analizar las formas y figuras me ayudarán a descubrir y evocar la grandeza de las piezas.

Partido Funcional: Una Marca joyas diseñadas para usarse y dar a conocer mediante la representación de los símbolos, con esto lograr la comunión con el cuerpo y los metales sagrados como lo hacían en las antigüedad las culturas para comunicarse con sus deidades.

1.2.4.1 Narrativa:

Los historiadores y estudiosos de la cultura “ Tolita” coinciden en señalar que los seres humanos y en particular los ecuatorianos se puede aprender y enriquecernos con el legado que nos dejó esa cultura, para esto es necesario que las autoridades del gobierno promuevan en las escuelas y en los colegios un estudio más profundo de los símbolos de esta cultura milenaria.

1.2.4.2 Personajes:

Un nuevo enfoque sobre la simbología

¿Qué función cumple la semilla en el proceso de reproducción de la vida?

Semilla:

La comprensión de que la muerte de la semilla es la que produce el nacimiento de una nueva planta (neo- fito) es recreado socialmente en forma ritual, que transmite los principios que revelan el secreto de la muerte del grano, sembrado bajo tierra- muerte que no se ve- misterios, principios que dan significado a los hechos del nacimiento de la vida.

Este drama cobraba vida cada año cuando los Yachac recreaban el mecanismo del milagro que daba origen a la nueva planta en la agricultura, y del principio que la crea.

Espiritualidad; la muerte que no se ve (la muerte del grano); el nacimiento en lo invisible (en lo espiritual).

La agricultura es una actividad que está directamente vinculada a la comprensión de la astronomía y por ende al manejo de un calendario sea este de carácter lunar o solar.

A juzgar por la iconografía encontrada en las piezas arqueológicas, la cultura Tolita habría manejado un calendario solar.

El sol:

La ubicación geográfica del Ecuador como la tierra del medio o medio mundi, ha sido reconocida desde la cultura Tolita como un lugar eje desde el cual se parte en distintas direcciones, el sol tiene además seis troncos principales desde donde se emiten los rayos.

El Yachac:

Es el intermediario entre el mundo de arriba y el mundo de abajo el que hace bajar el principio creador para poder realizar el misterio de la vida, es un viajero.

Se utiliza al pájaro como un ser alado que puede volar entre dos mundos; el mundo de arriba y el mundo de abajo, por esto el Yachac está emplumado. Porta en una mano un eje de un mazo y en la otra mano porta un cuenco en el que tritura la planta ceremonial, o sea el vehículo a través del cual podrá realizar el vuelo.

Por otra parte, el Yachac de la figura está custodiado por dos pájaros que se ubican a su costado, se podría decir que es un hombre pájaro, en el centro se encuentra la cruz de San Andrés es decir de brazos inclinados.

¿Cómo se traspone la realidad física de la revolución tecnológica agrícola, es decir el conocimiento del poder de la semilla como fuente de una nueva vida, al plano espiritual?

Esta transposición del plano físico al espiritual se realiza mediante el uso de plantas como la coca, la ayahuasca, es decir son mediadores entre el plano físico y el plano espiritual.

La representación de los objetos simbólicos

¿A qué hora se produce el cambio del objeto real en objeto simbólico?

El jaguar

En el momento en que el artista vive y representa el carácter mágico religioso del objeto. Traslada la cualidad que tiene en el plano material el jaguar, la astucia, la velocidad, la valentía, la belleza la ferocidad, y también le añade circularidad, poder de asimilación, cualidad de viajar que tiene el pájaro, de moverse y de mira atrás.

Solución de diseño:

El público a quien va dirigido la colección de joyas, es abierto a quien las quiera adquirir, como una forma de reafirmación cultural ya que la propuesta de reinterpretación y rediseño de joyas con símbolos milenarios autóctonos se realiza para dar a conocer la riqueza cultural que forma parte de la identidad nacional y que se encuentra en el olvido sin darle la importancia que se merece.

El proyecto de diseño pretende establecer una conexión de significado y carga cultural para la persona que lo adquiera, ya que cada joya está relacionada con los personajes de la cosmovisión de la Cultura la Tolita.

a. Objetivos:

i. Objetivo general:

El objetivo de la presente investigación es reinterpretar a través del legado arqueológico los símbolos principales y de la cultura “Tolita”, llegando a comprender su estética, simbolismo y difundir este conocimiento al público porque es importante dar a conocer el legado histórico y simbólico de esta cultura que fue excepcional.

ii. Objetivo social:

Es importante valorizar el legado histórico que poseen las piezas arqueológicas de la cultura “Tolita” como base para comprender mejor la ancestralidad.

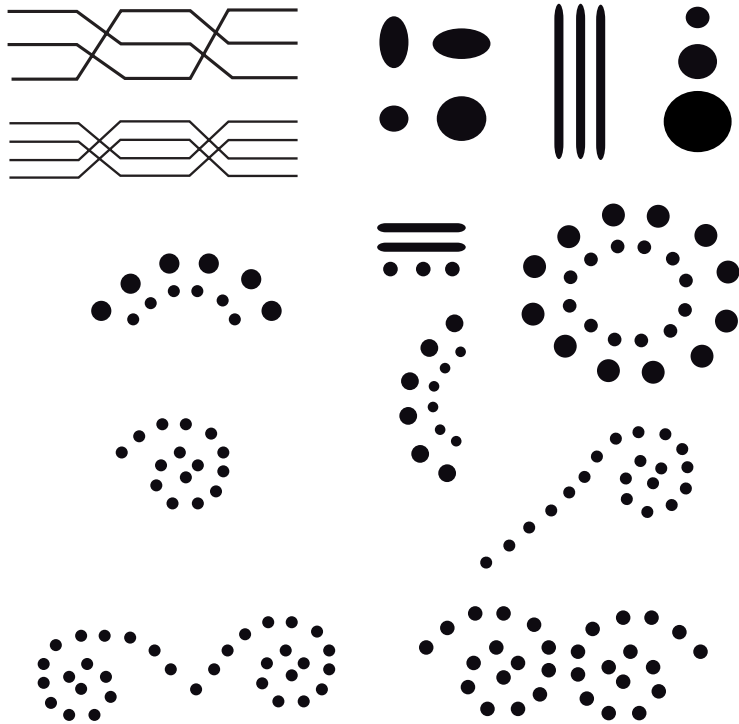
iii. Objetivo académico:

Aportar un nuevo enfoque de interpretación de las piezas arqueológicas de la cultura “Tolita”.

iv. Objetivo personal:

Reconocer las influencias y motivos que motivaron los distintos patrones de diseños de la cultura “Tolita” y diseñar un sistema de objetos que comunique la importancia de esta cultura que ha permanecido en la omisión y a la vez realizar un emprendimiento con fines de exportación de nuestra cultura.

Proceso de diseño:



i.

Estilo

Figura 3 Estilos

c.

Análisis morfológico

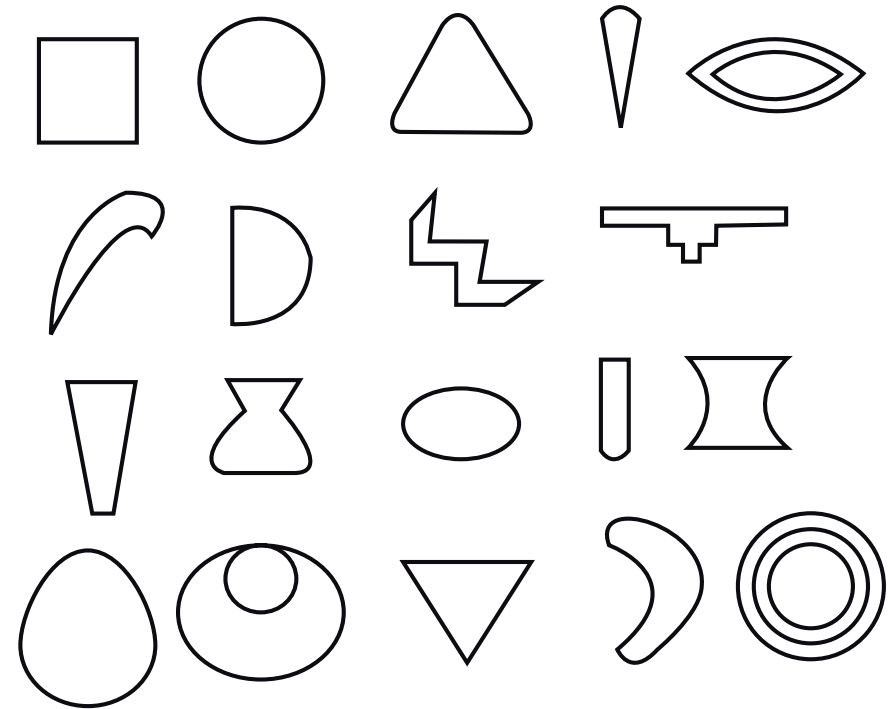
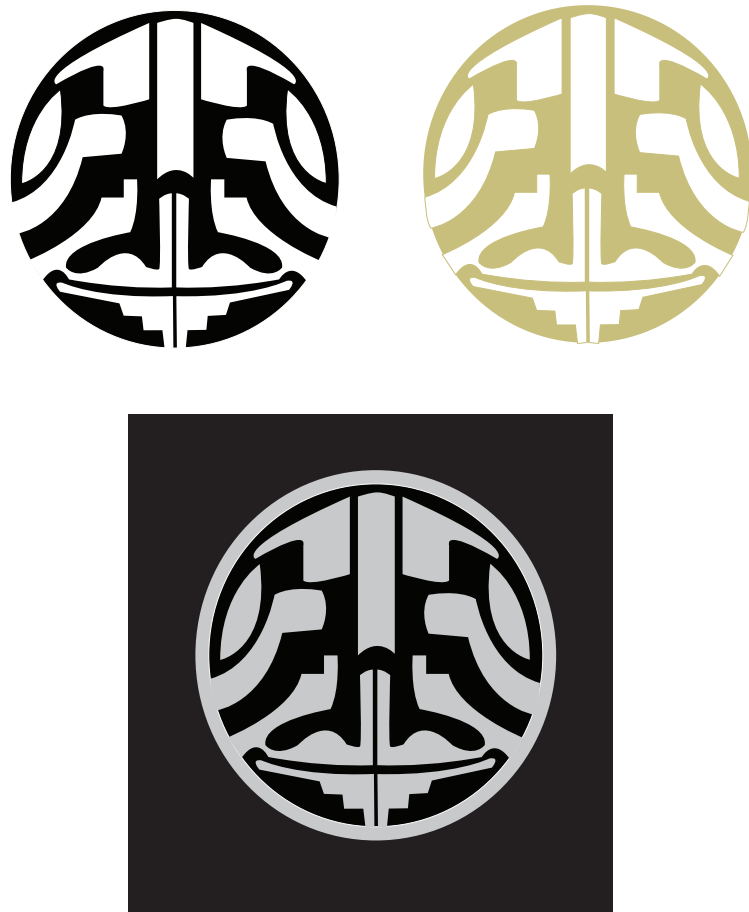


Figura 4 Extracción de figuras

ii. Isotipo

El isotipo es la pieza clave que lleva la identidad de la marca, fue construida mediante una abstracción de la morfología que utilizaba la cultura Tolita, creando una aleación entre lo humano y lo animal, se juega con los espacios positivo y negativo para crear movimiento, su circularidad tiene que ver con los ciclos del el sol y la luna.

Figura 7 Isotipo

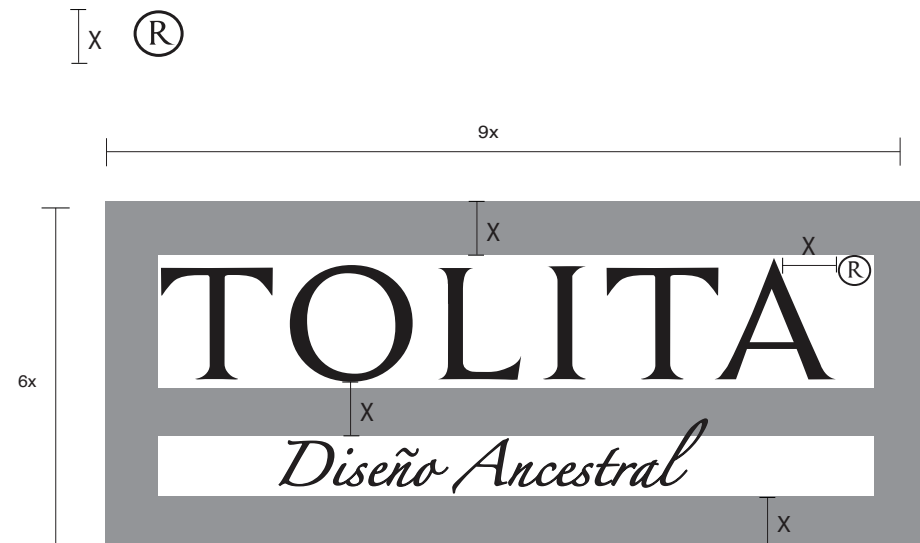


iii. Tamaño y proporciones

Distancias que no deben ser invadidas del logo para mantener siempre un estándar y sobre todo la legibilidad del logo que es la imagen de la empresa. Mantener las proporciones adecuadas para que el logotipo sea integro y nada invada el espacio negativo para que se pueda apreciar bien.

Como referencia se toma el círculo de arriba del isotipo y se dieron las siguientes proporciones:

Figura 8 Porciones de Isotipo



iv. Tipografía

la tipografía refleja mucho de la imagen de la empresa, las combinaciones tipográficas fueron elegidas de acuerdo a los requerimientos de la imagen de la empresa.


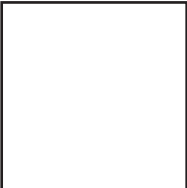


Figura 9 Tipografía



v. Guía de colores

Se utilizan dos colores base que son el blanco y el negro, las variaciones de acuerdo a tres tipos de fondos en los que se puede utilizar el logotipo y el isotipo.

Figura 10 Guía de colores

	negro	C=84 M=82 Y=76 K=97	R=20 G=30 B=1	BROWSER SAVE # 010101
	blanco	C=0 M=0 Y=0 K=0	R=0 G=0 B=0	BROWSER SAVE # 010134
	gris claro	C=0 M=0 Y=0 K=24	R=192 G=192 B=192	BROWSER SAVE # C0C0C0
	dorado	C=23 M=18 Y=61 K=0	R=209 G=195 B=119	BROWSER SAVE # 010167

vi. Como NO utilizar el logotipo

El logotipo debe tener medidas y proporciones muy exactas para que no se confunda ni se transforme en uno nuevo cada vez que se lo utiliza de diferentes maneras y aplicaciones así se logra la uniformidad de la imagen corporativa.

Figura 11 Medidas de mal uso de Logotipo

No cabiar la proporcion del logotip o

TOLITA®
Diseño Ancestral

No cambiar disposición de los elementos

Diseño Ancestral
TOLITA®

No cambiar los colores bordes ni de relleno

TOLITA®
Diseño Ancestral

No agregar elementos

TOLITA®
Diseño Ancestral

vii. Como no utilizar el Isotipo

Debe tener medidas y proporciones constantes y exactas para que se vea uniformidad en la marca en las diferentes aplicaciones.

Figura 12 Medidas de mal uso de Isotipo

No cabiar la proporcion del Isotip o



No cambiar los colores bordes ni de relleno

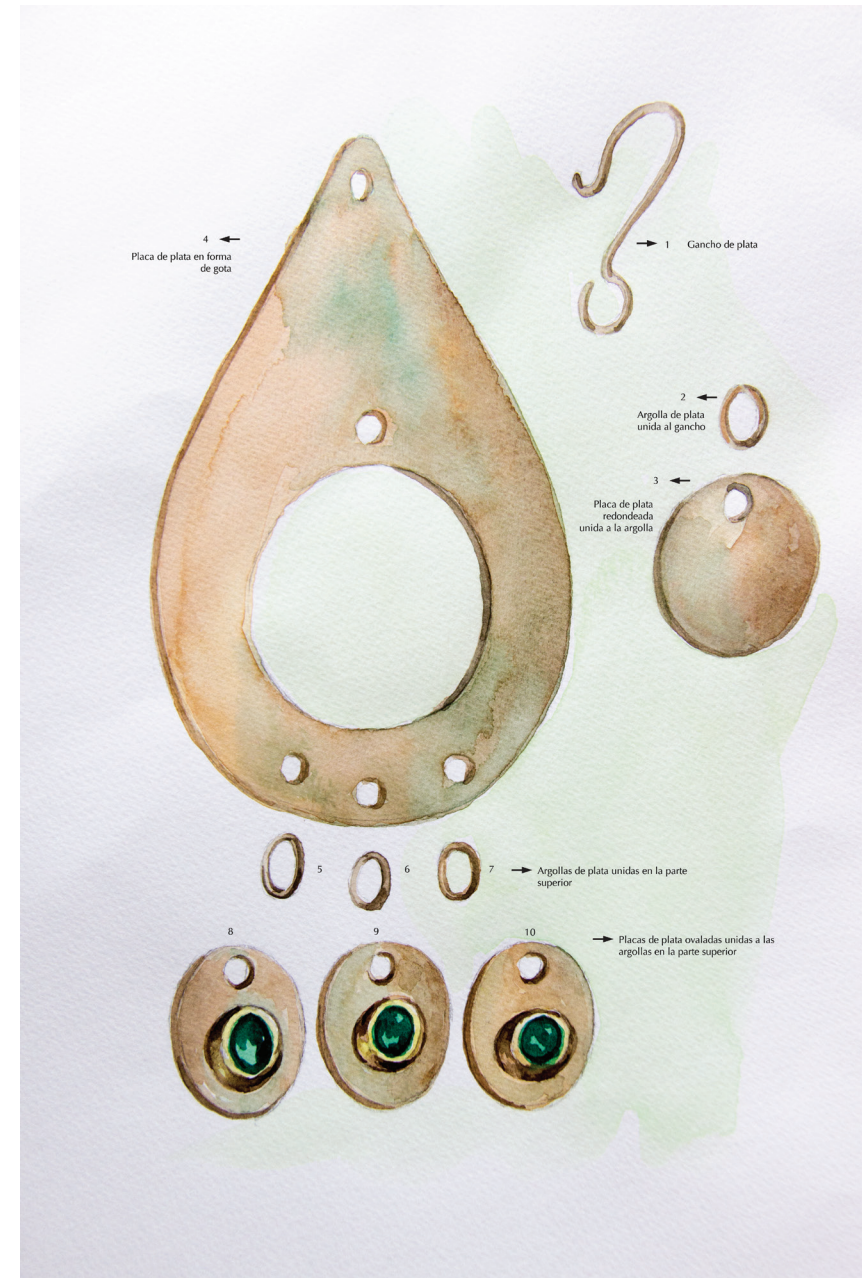


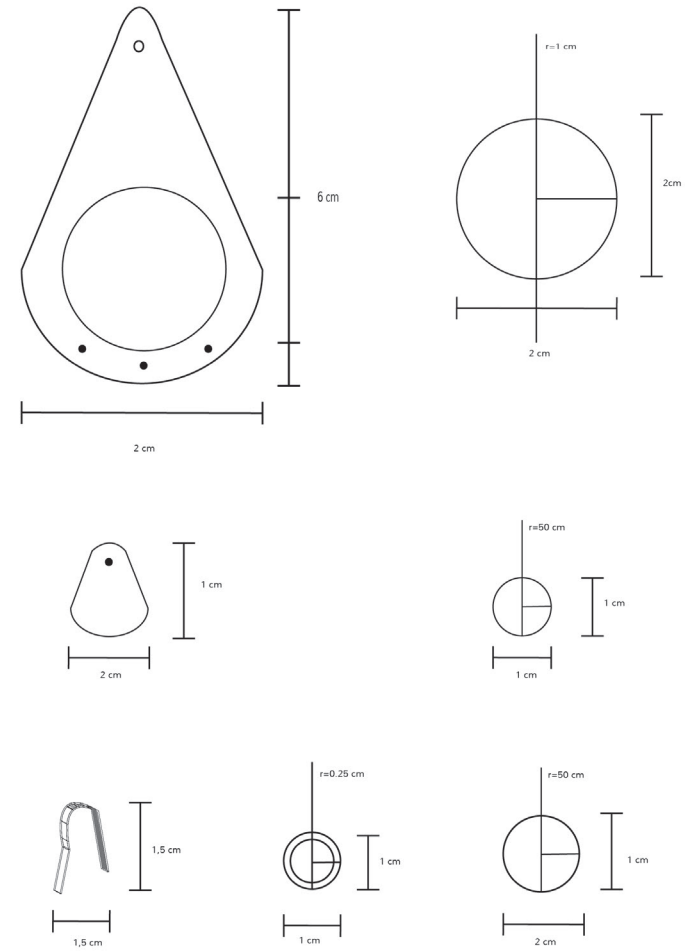
e. **Fotografías comerciales y proceso de diseño**

i. **Aretes con móvil :**



Figura 12 Aretes





	Materiales	7 piezas
Aretes de semilla	Plata de 925 Aleación de bronce y cobre.	Hilo de grosor 0.50 mm, placa grosor de 2 mm placas de bronce , cobre y plata alienado.

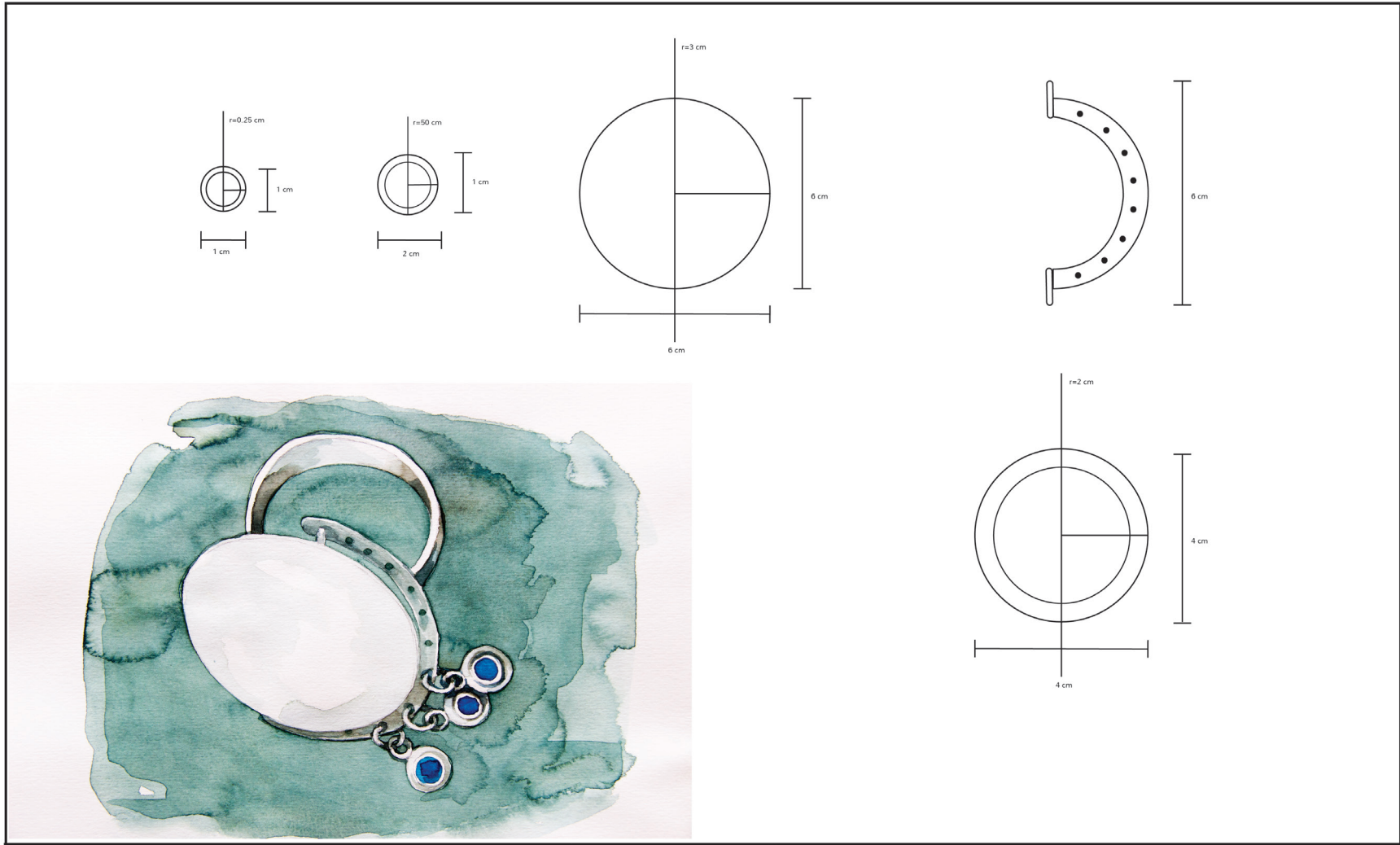



ii. Anillo Yachak



Este anillo fue inspirado en el Yachak, tiene un forma circular que representa el ciclo en que se une el mundo de arriba y el mundo de abajo, el elemento que sobresale representa las capas del Yachak con las que se eleva, los elementos móviles representan las plumas que le permiten volar y viajar entre estos dos mundos, su color azul representa el cielo.

Figura 13 Anillo



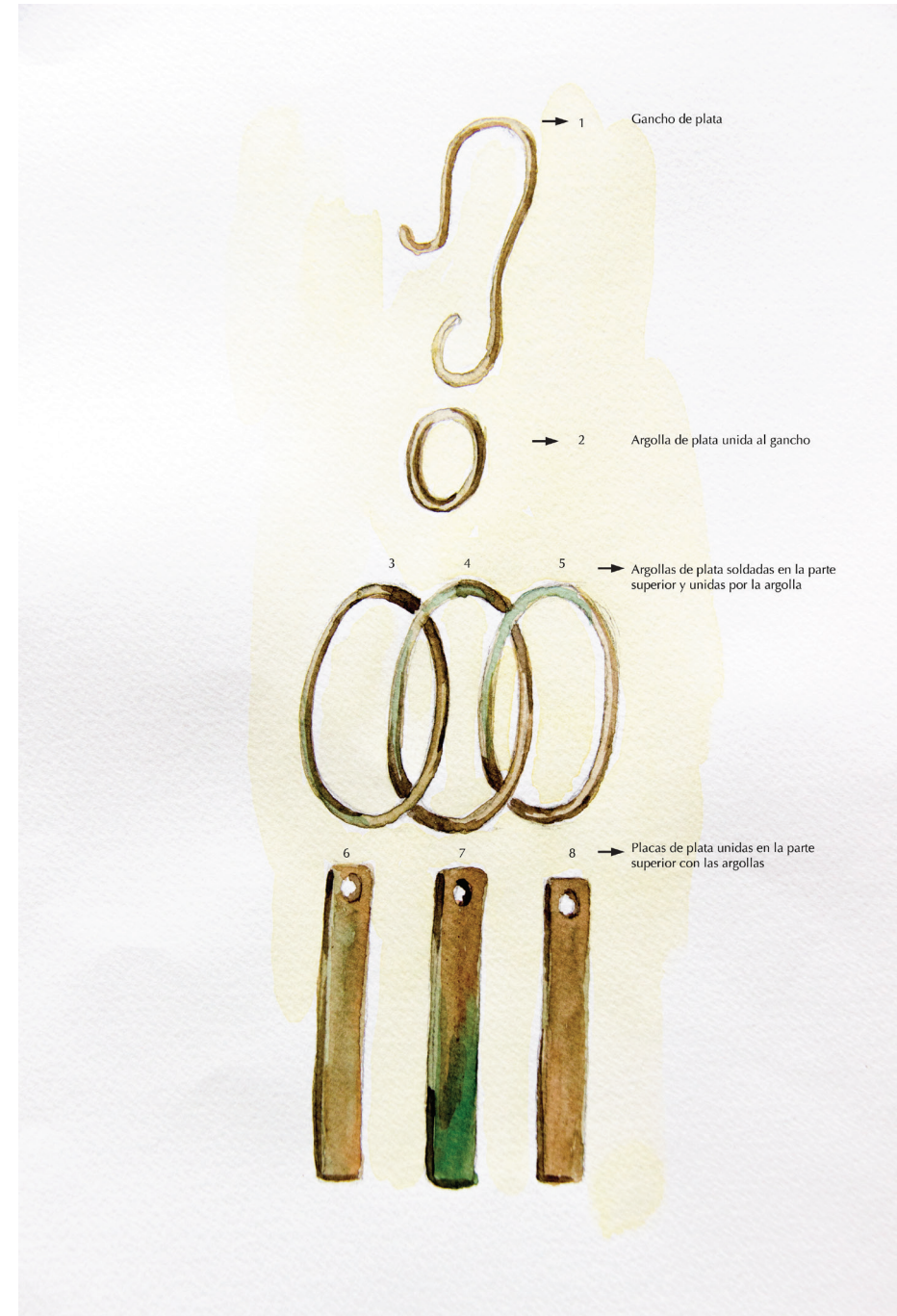
	Materiales	5 piezas	 TOLITA <i>Diseño Asociado</i>
Anillo	Plata de 925 Aleación de bronce y cobre.	Hilo de grosor 0.50 mm, placa grosor de 2 mm placas de bronce , cobre y plata alienado.	

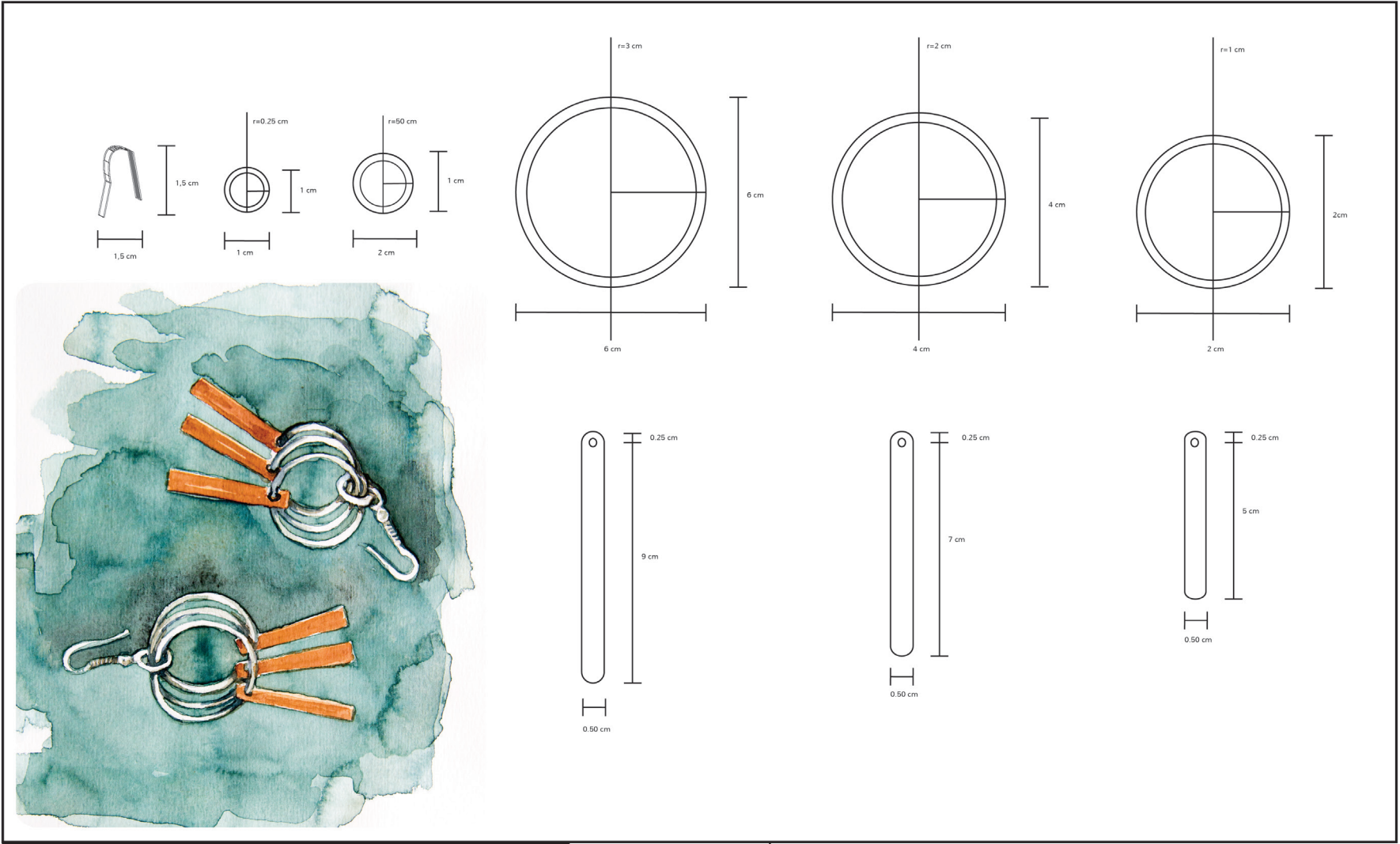
iii. Aretes con rayos:



Estos aretes representan el sol, con tres anillos principales que representan el ciclo de la vida y los tres rayos móviles representan el sol.

Figura 14 Aretes

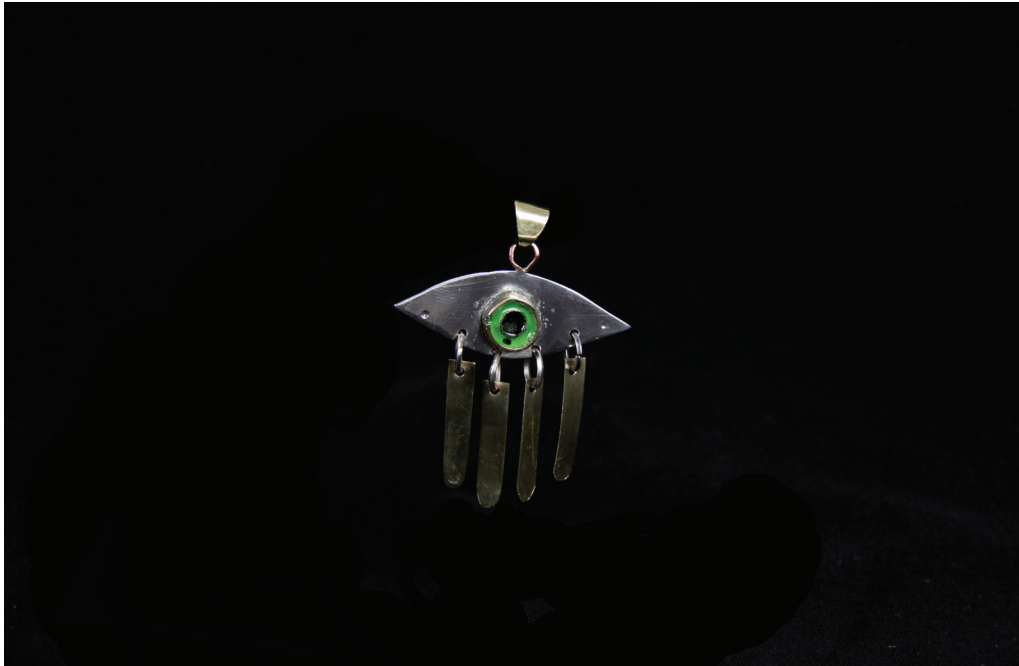




	Materiales	8 piezas
Aretes de Sol	Plata de 925 Aleación de bronce y cobre.	Hilo de grosor 0.50 mm, placa grosor de 2 mm placas de bronce , cobre y plata alienado.

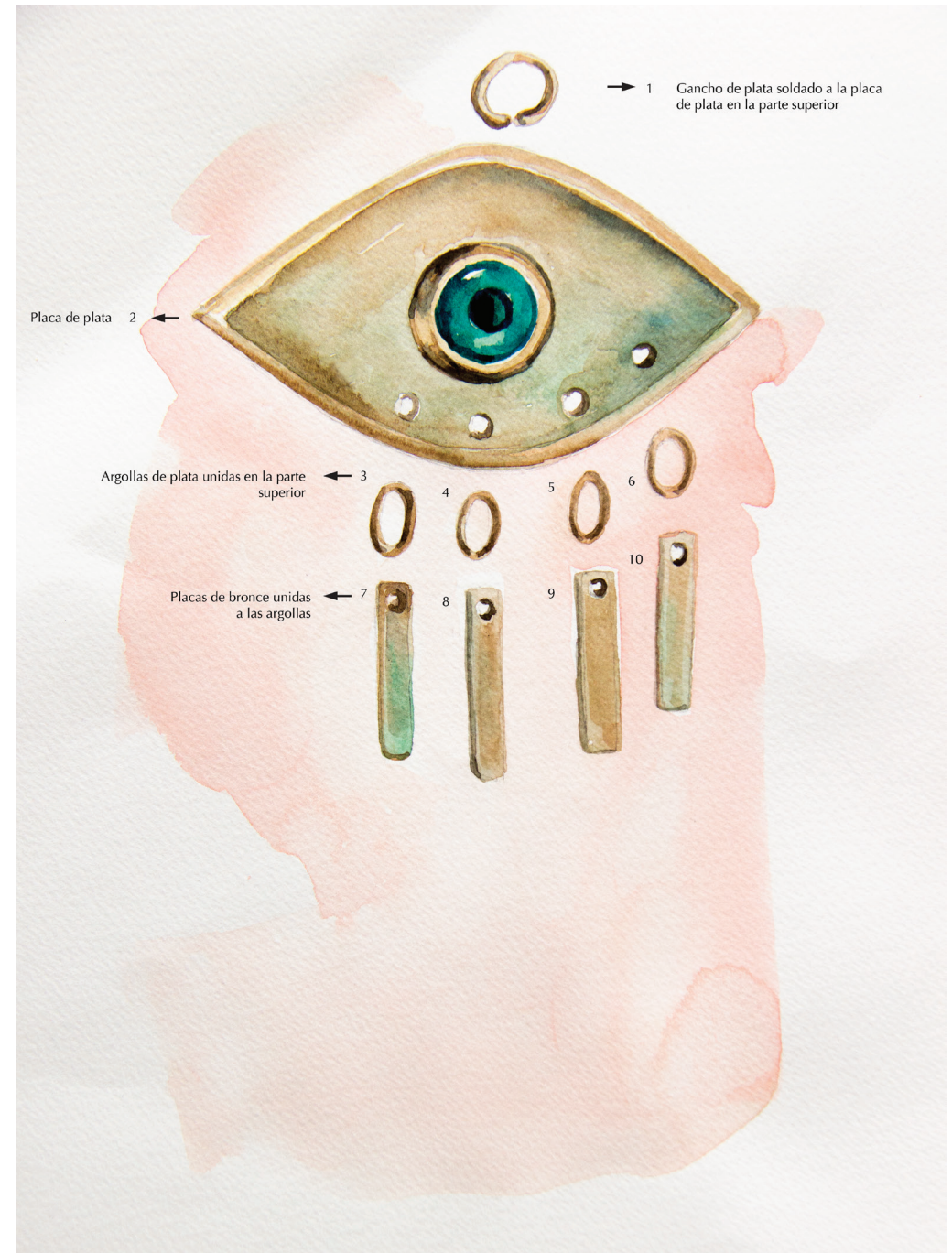


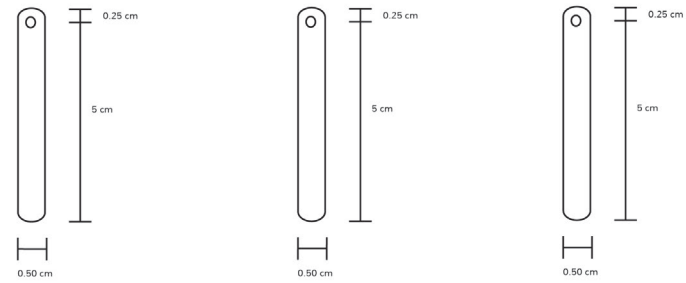
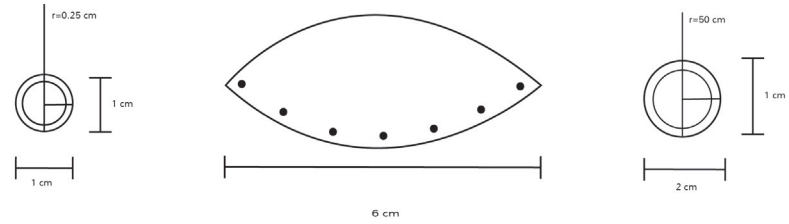
iv. Colgante de ojo:



Este dije representa a la cultura “Tolita” ya que eran excelentes observadores de su entorno y gracias a esto alcanzaron el mayor avance tecnológico de su época.

Figura 15 Colgante

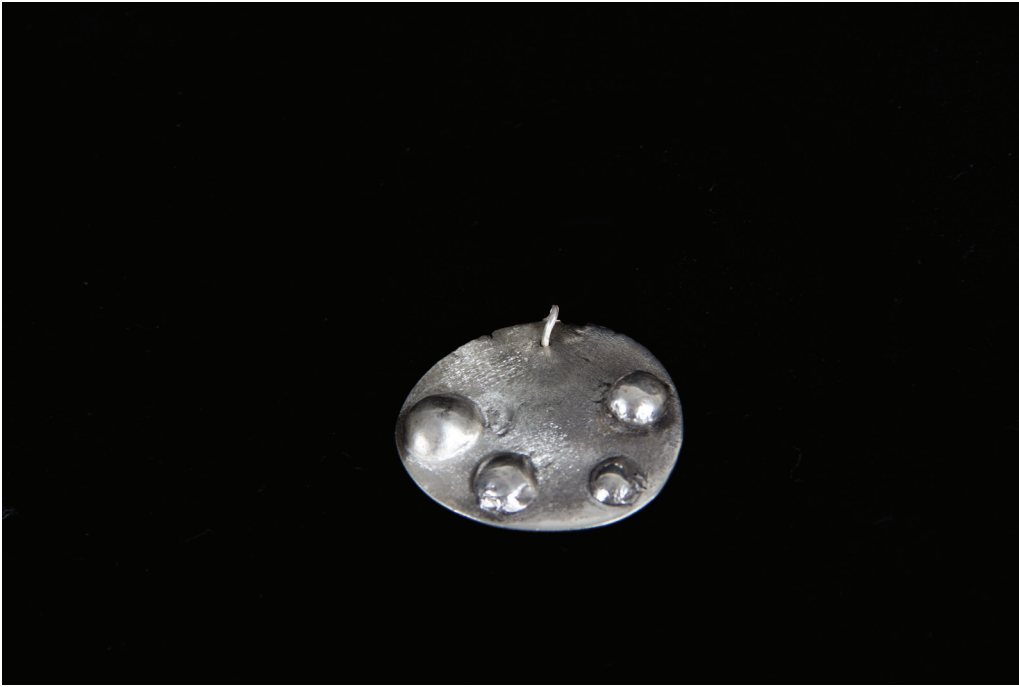




	Materiales	8 piezas
Dije de Ojo	Plata de 925 Aleación de bronce y cobre.	Hilo de grosor 0.50 mm, placa grosor de 2 mm placas de bronce , cobre y plata alienado.



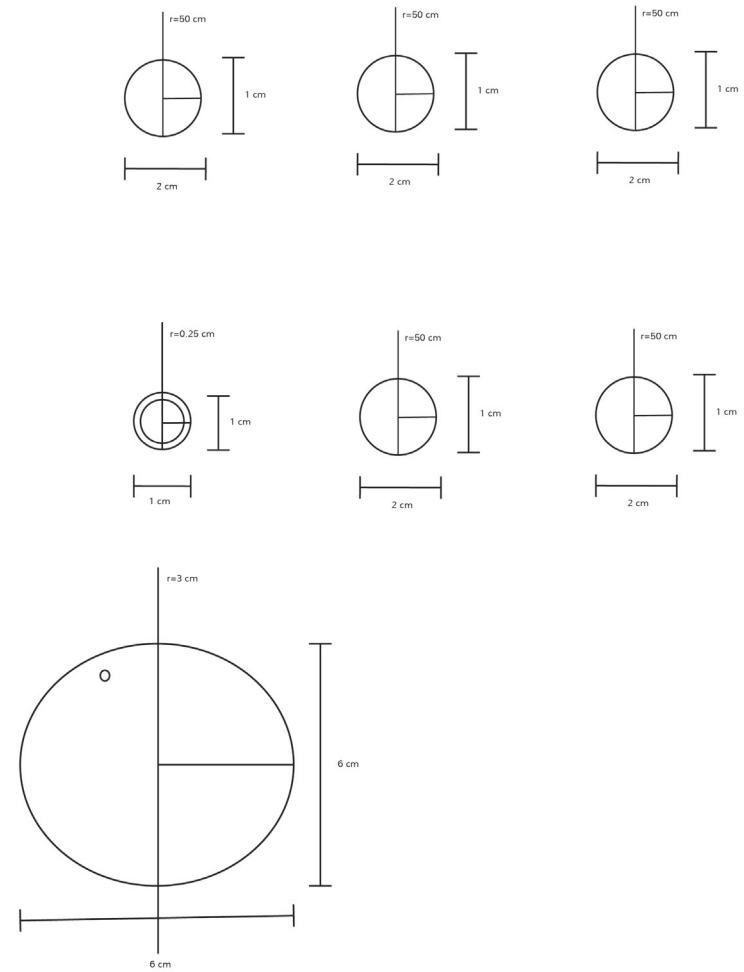
v. **Colgante de tolas**



Este dije representa a las tolas que caracterizaban entre otras cosas a la cultura Tolita, son montículos en los cuales construían sus viviendas y realizaban rituales de adoración a sus dioses como mortuorios, mientras más altas eran las Tolas significaba que ahí vivía alguien con alto rango dentro de la sociedad.

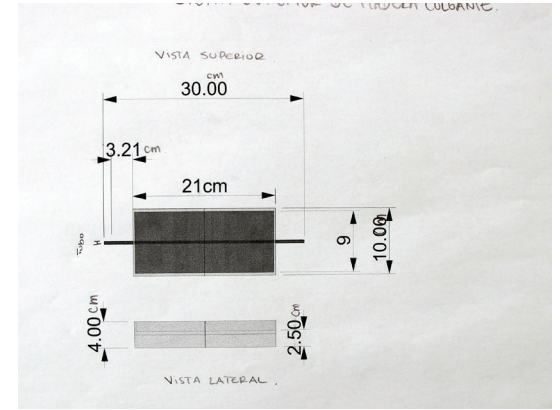
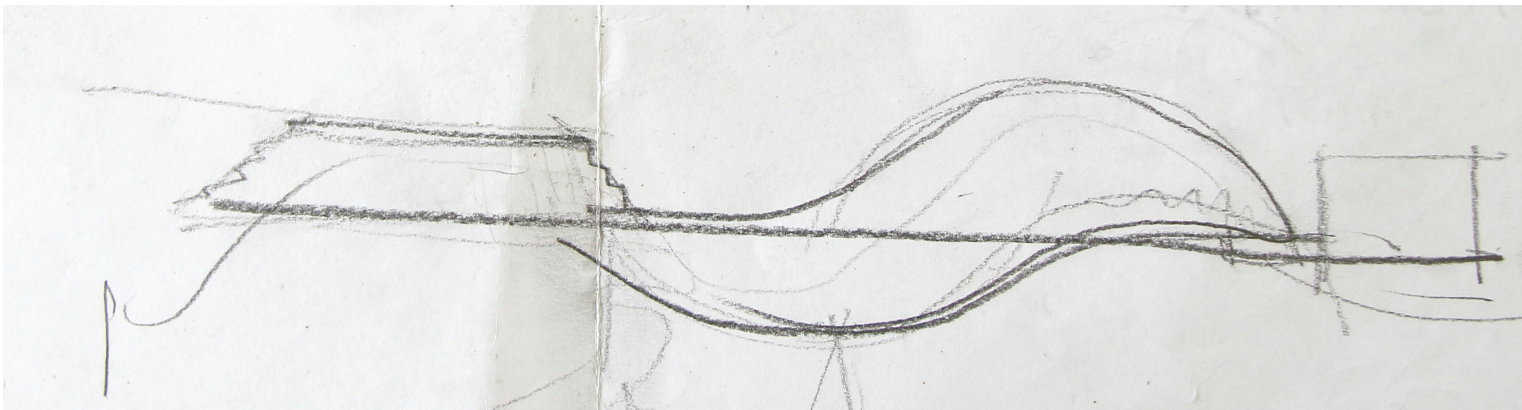
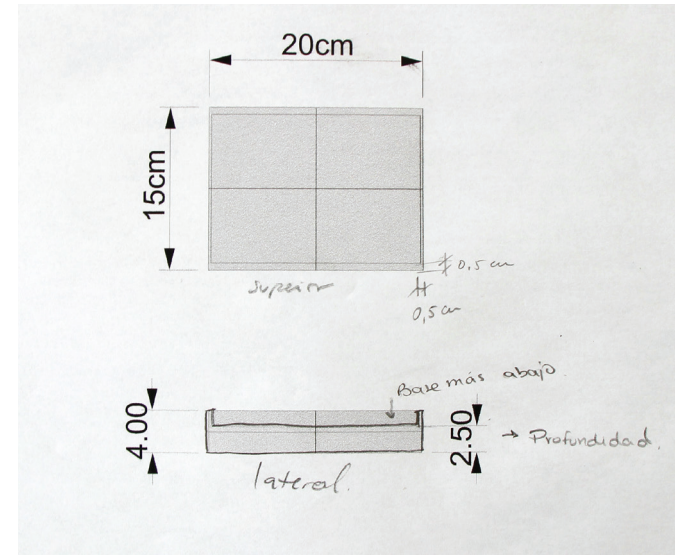
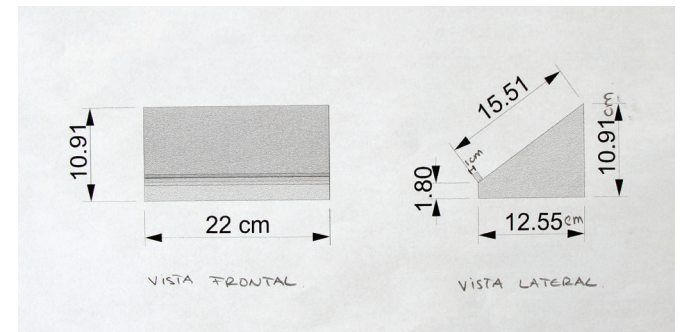
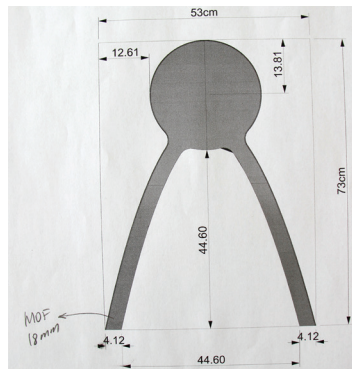
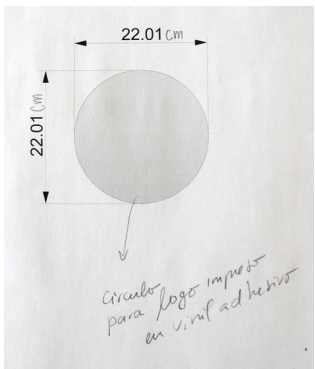
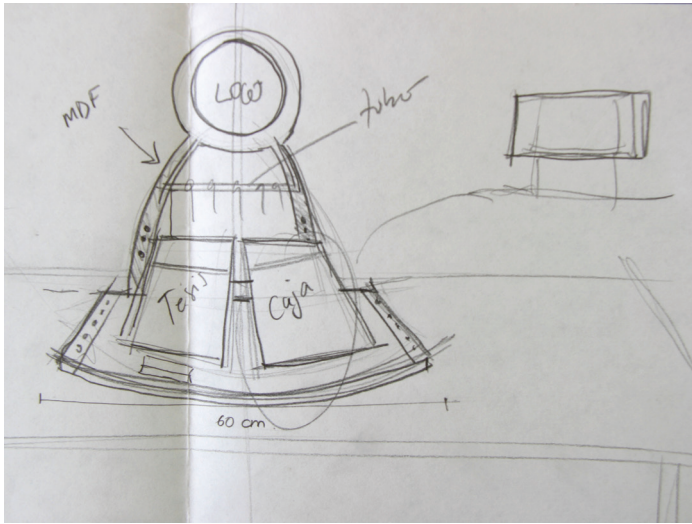
Figura 16 Colgante





<p>Dije de tolas</p>	<p>Materiales Plata de 925 Aleación de bronce y cobre.</p>	<p>7 piezas Hilo de grosor 0.50 mm, placa grosor de 2 mm placas de bronce , cobre y plata alienado.</p>
-----------------------------	--	---





vi. Exhibidor



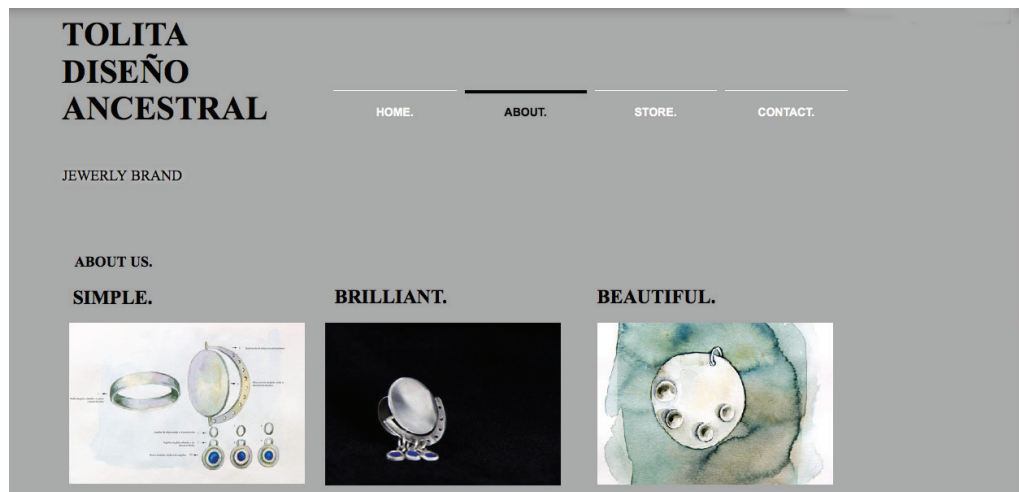
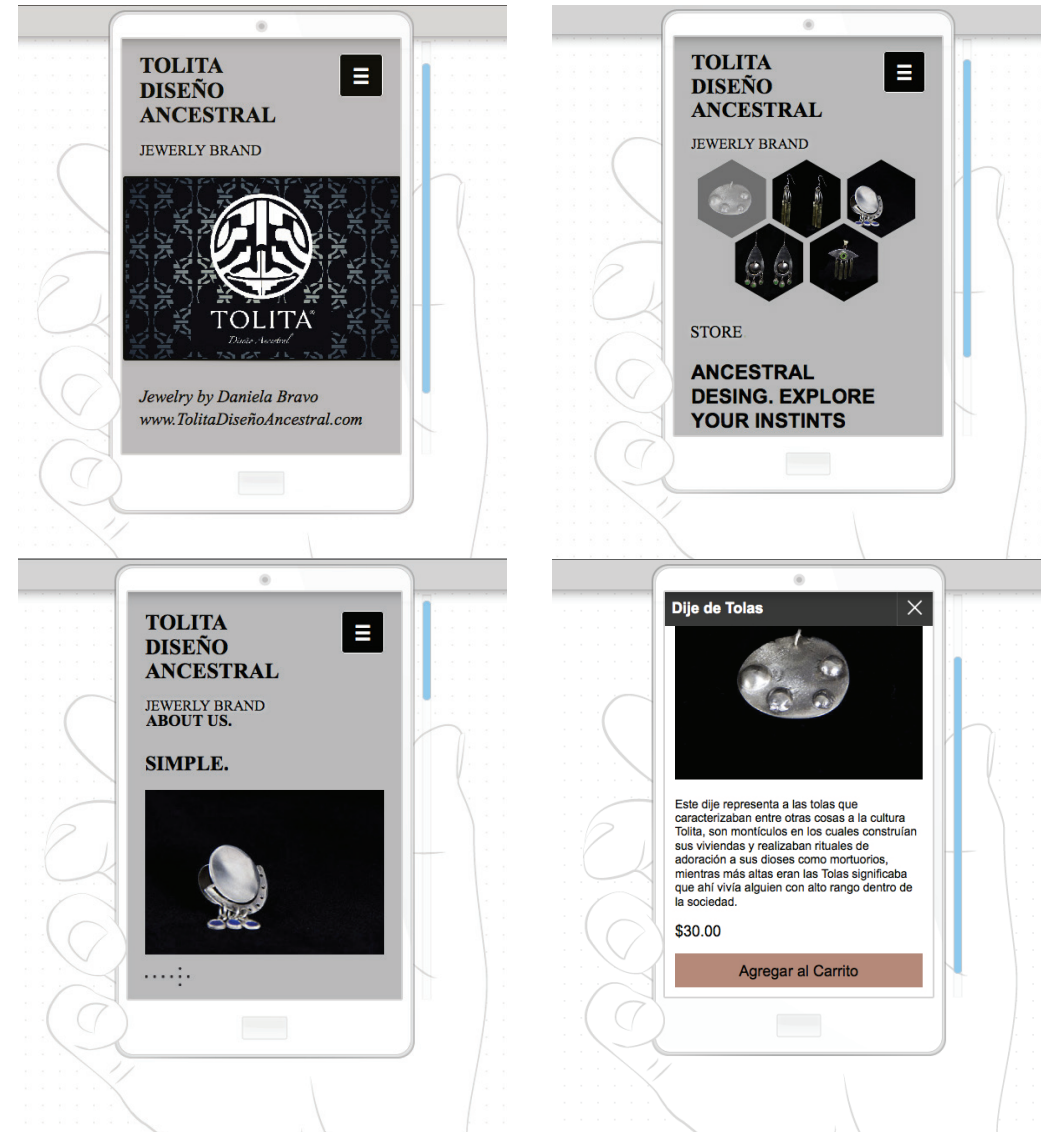
vii. Catálogo y página web

El catálogo da a conocer los diferentes simbolos de la cultura Tolita y sus importante desarrollo en los ambitos antes ya mencionados.

Tambien da a conocer los diseños de la marca de joyas TOLITA con su colección que se llama “diseño ancestral “.



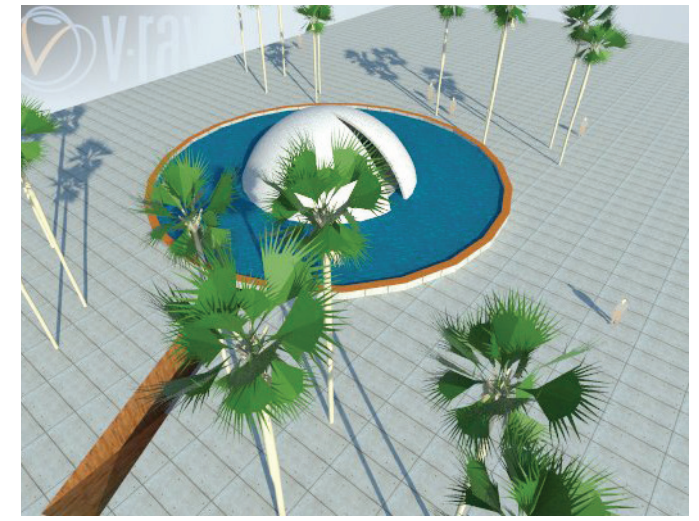
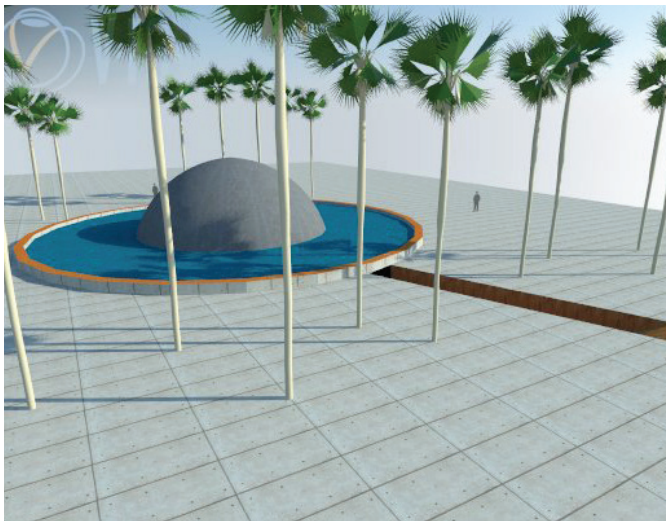
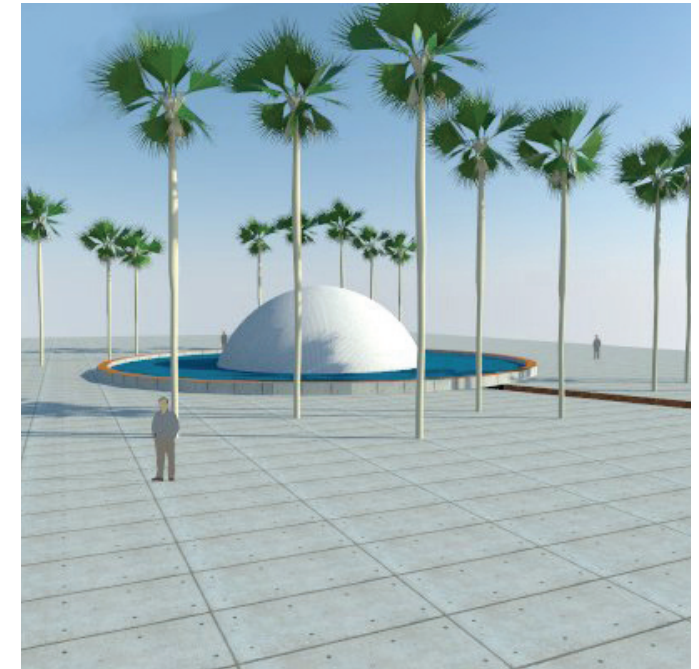
Dirección: <http://danielamonserratbr.wix.com/tolita>

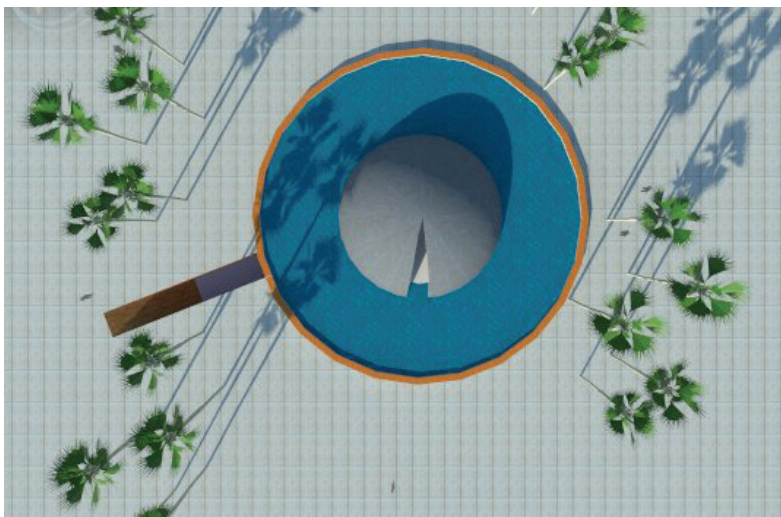
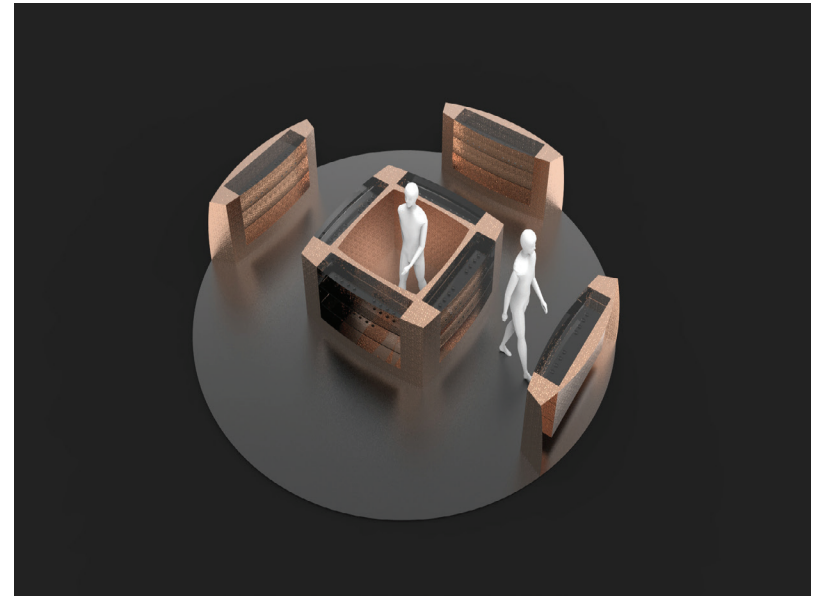
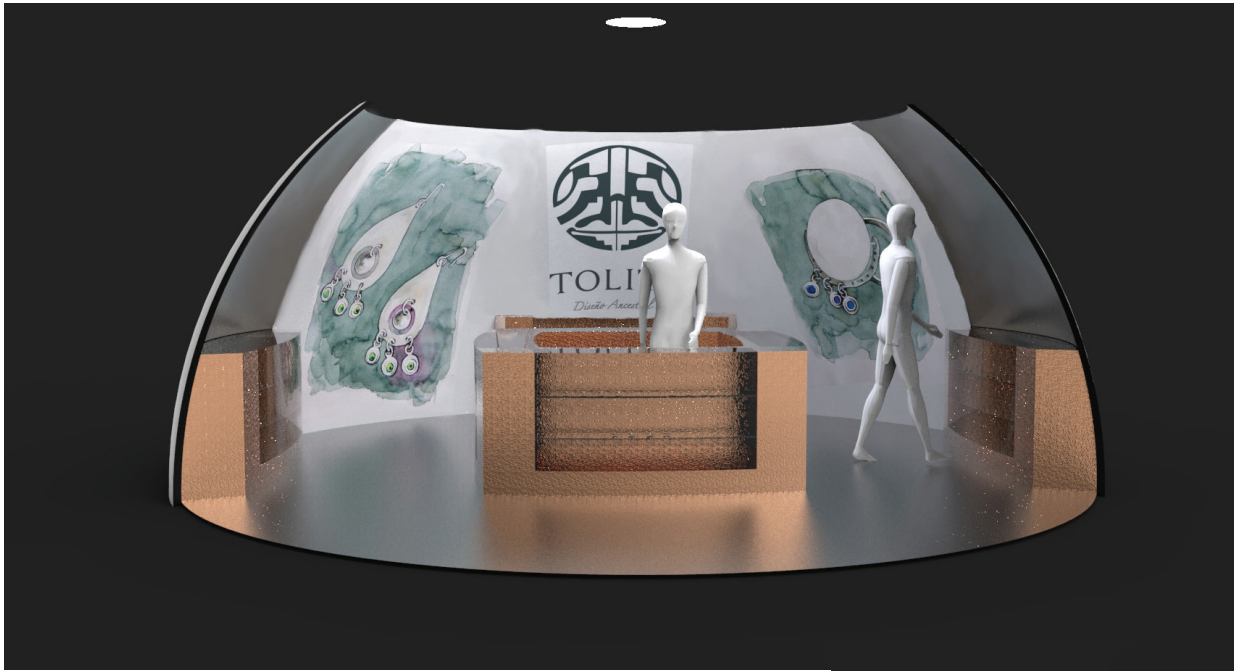


Diseño tienda exterior e interior

La fachada exterior de la tienda Tolita esta inspirada en las Tolas.

El diseño interior de la tienda está inspirado en la distribución que utilizaban la cultura Tolita para sus centros ceremoniales.





CAPITULO 2 PLAN DE EXPORTACIÓN

2.1 Introducción

El presente es un Plan de Exportación de joyas de plata y oro basados en las formas de la cultura Tolita tiene como mercado objetivo a Estados Unidos, pues es uno de los países con mayor demanda de joyería.

El proyecto de exportación de joyas de plata y oro, tiene como denominación “TOLITA”, empresa que se dedica a la producción y comercialización de joyas, las que son elaboradas a base de plata y oro con diseños exclusivos para el mercado extranjero, que consiste en figuras representativas de la cultura Tolita del Ecuador.

2.2 Descripción del negocio: perfil de la empresa

2.2.1 Razón Social

“TOLITA”

2.2.2 Sector Económico

INDUSTRIAL

2.3 Evaluación de la capacidad exportadora: Perfil de la Capacidad Exportadora

Las joyas se elaboran a base de plata y oro, con combinaciones de piedras preciosas y semipreciosas, diseñadas acorde a la cultura Tolita resaltando el origen de las mismas que es Ecuador.

- Los clientes directos son las empresas distribuidoras e importadoras de joyería de plata y oro de Estados Unidos.
- La joyería es un producto elaborado por el sector industrial para el uso de las damas de diferentes edades.
- Es un producto suntuario.

2.4 Descripción del producto:

Las joyas de plata y oro estarán elaboradas a base de plata y oro ecuatoriano, con incrustaciones de piedras preciosas o semipreciosas, con diseños exclusivos y armoniosa combinación de colores.

2.4.1 Clasificación del producto

Las joyas de plata y oro que se ofrecen estarán diseñadas de acuerdo a la reinterpretación de las formas de la joyería de la cultura Tolita resaltando siempre el origen de las mismas con un agregado especial en cuanto a los acabados de los diferentes modelos.

- Aretes
- Anillos
- Dijes

Potencialmente: collares, pulseras, prendedores.

2.5 Direccionamiento Estratégico

2.5.1 Canales de distribución

Comenzar la comercialización de los productos con instrumentos visuales bien diseñados:

- Página web
- Exhibidor
- Catálogos
- Mantener los costos operativos bajos utilizando herramientas virtuales como correo electrónico y skype.
 - Resaltar el valor agregado de los productos que se exportan: precio justo, piezas con diseños exclusivos, buen servicio.
 - Medir la satisfacción del cliente cada mes en base a pedidos efectuados.
- Lograr un 5% más de clientela nueva cada mes.
- Incrementar 1 segmento y 2 canales de distribución cada año.

Selección de los segmentos meta.

El mercado objetivo al que se encuentran dirigidas las artesanías son ciertos estados de USA en donde el equipo que conforma TOLITA tiene contactos y que se encuentra respaldada por la demanda norteamericana.

En el siguiente gráfico se muestra cuáles son los estados con el crecimiento más elevado en renta personal durante los últimos años, los cuales están situados en el Suroeste, Sur y Noroeste del país.

Tabla 1 Áreas metropolitanas Estados Unidos

Principales áreas metropolitanas de los EEUU	
NÚCLEO URBANO	Millones de habitantes
Nueva York	18.6
Los Ángeles	12.8
Chicago	9.3
Filadelfia	5.8
Dallas-Forth Worth	5.6
Miami	5.3
Washington	5.1
Houston	5.1
Atlanta	4.6
Detroit	4.5

FUENTE: (Proximity One, 2010)

2.6 Definición del segmento

El fragmento al cual se enfocan los productos artesanales es el sector empresarial constituido por almacenes ubicados en el estado de New York,

California y Florida, que se dedican a la venta de productos autóctonos provenientes de diferentes países de Latinoamérica.

Una de las características principales de los mercados seleccionados, es su alta capacidad adquisitiva, la alta densidad de población que está entre 18 y 65 años; y, su multiculturalismo y su capacidad de compra a largo plazo

Se escogió este segmento porque se conoce que es un mercado atraído por la innovación, la creatividad, la calidad, el precio, el empaque, la etiqueta, el diseño del producto; y, lo más importante por lo que el producto transmite (identidad y cultura ecuatoriana).

2.6.1 Segmentación de mercado

Tabla 2.- Segmentación de Mercado

MATRIZ	AMERICANOS	TURISTAS	ALMACENES ARTESANALES
UBICACIÓN (Ciudades con mayor densidad poblacional)	Casas	Hoteles	Almacenes ubicados en sitios estratégicos
FACTORES DEMOGRAFICOS (Edad, Sexo, Ingresos)	Personas entre 18 y 65 años con ingresos superiores a 1000 dólares	Turistas de diferentes países	Diferentes tipos de productos y diseños
ESTILO DE VIDA	Innovadores	Innovadores	Innovadores
COMPORTAMIENTO (Salidas a eventos)	Una vez al mes	De dos a tres veces durante la estadía	Según fiestas de diferentes países
HÁBITOS DE COMPRA (Marcas, Precios)	Calidad y valor agregado	Precio y diversidad	Calidad y precio

Fuente: Investigación de campo

2.7 Estrategia de posicionamiento

Una estrategia de posicionamiento ayudará a TOLITA a distinguir sus productos de los de la competencia, para ello es necesario desarrollar la estrategia de diferenciación que es la más se acopla a la dinámica del mercado y de la empresa.

La diferenciación que destacará TOLITA estará fijada principalmente en el producto, y la imagen ya que son joyas elaboradas artesanalmente con diseños exclusivos.

La imagen que proyectará TOLITA es la de respeto por la cultura ecuatoriana y por sus tradiciones. Esto se verá reflejado en el apoyo a los pequeños artesanos al pagarles un precio justo por su trabajo.

2.8 Estrategias de la mezcla del marketing.

Una vez que TOLITA ha identificado su estrategia de posicionamiento mediante la diferenciación del producto, servicio e imagen es necesario definir las estrategias que acompañan a esta diferenciación de la competencia.

Para definir las distintas características del producto y servicios que se encuentran involucrados en la exportación de las joyas ecuatorianas se aplicará el mix de marketing.

2.8.1 Producto:

Una joya es un objeto ornamental para el cuerpo, que generalmente se fabrica con piedras y metales preciosos, aunque también se pueden emplear materiales de menor valor. Cualquier tipo de material se ha utilizado para fabricar joyas. Que tienen aplicaciones funcionales, y como tales, están incorporadas

El producto que se ha decidido comercializar es la gama de joyas producidas principalmente en las provincias de Pichincha e Imbabura. Se ha identificado categorías de joyas que involucran alrededor de 25 artículos escogidos con formas de la cultura Tolita estos serán productos de oro y plata con diferentes modelos.

Estos productos serán destinados hacia Estados Unidos; para personas con un nivel socioeconómico medio y que les interese productos para uso



al patrimonio tradicional del grupo social al que pertenecen.

Detrás del objeto producido existe un sujeto, el artesano, con una forma de vida, un medio, una cultura, una identidad.

Actualmente estos productos tienen un potencial de proyección con mecanismos de comercialización a los cuales pueden acceder con varias posibilidades según el tipo de estrategia que se maneje.

decorativo y accesorios portables.

Se contactará directamente a este grupo consumidor pero también se canalizará esfuerzos para llegar a grupos distribuidores y comercializadores de bienes destinados para este grupo de consumidor final.

Las joyas seleccionadas serán bienes elaboradas a mano, con materiales que aseguren su diferenciación entre otros objetos similares. Se tendrá en cuenta para la selección la innovación y la creatividad.

El valor agregado que encontramos en todos los productos a ser comercializados, además de la calidad e innovación, se escogerán productores que sepan elaborar joyas de alta calidad ocupando los recursos de manera adecuada.

Los objetos contarán con un empaque diseñado especialmente para que sobresalga el nombre de la empresa TOLITA. El origen y la calidad de los productos estarán resaltados por la frase “Diseño Ancestral”. Se ha propuesto realizar un empaque que sea biodegradable ya que esto va acorde con las tendencias internacionales de empaquetado.

2.8.2 Precio

La compañía contará con una ventaja competitiva al poder producir las joyas. La estrategia de precio ofrecida a los mercados internacionales estará basada en precios bajos ya que se trata de optimizar de la mejor manera los recursos.

El margen de utilidad de la venta será diferenciado por producto. Además, se podrá considerar descuentos de acuerdo al volumen demandado de los productos.

El precio establecido por la empresa es de tipo FOB, Free on Board, lo que implica que el precio de envío será cubierto por el comprador. El valor del envío dependerá del volumen del paquete por lo que resulta más conveniente para el comprador adquirir mayor volumen de un bien o de varios.

La estrategia de diferenciación del producto estará reflejada en el precio ya que estos objetos serán considerados y promocionados como exclusivos.

El procedimiento para la fijación de precio de los productos será el siguiente:

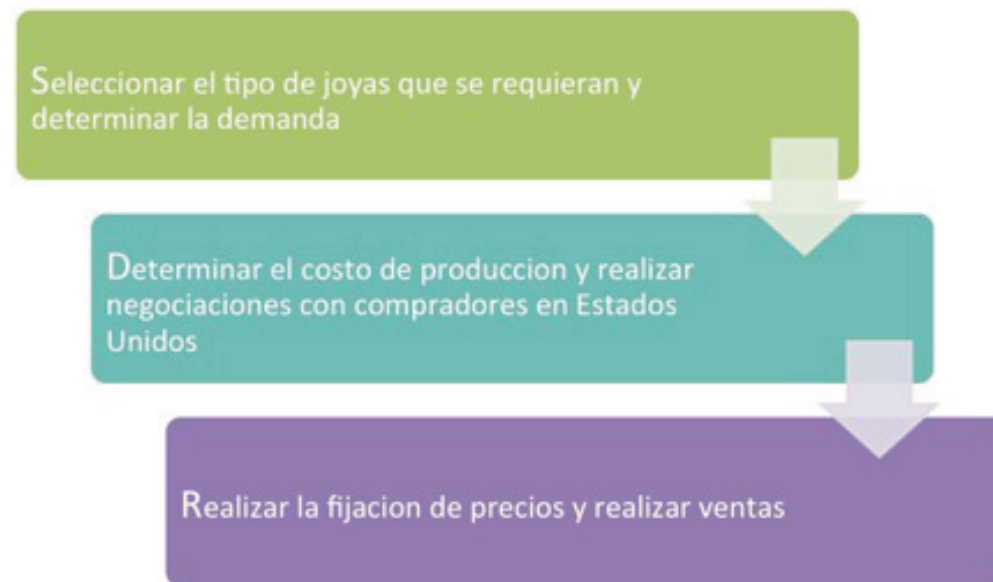


Figura 16 Fijación de Precios

2.8.3 Plaza

Plaza, distribución, logística o punto de ventas; en este caso se define en donde encontrará el consumidor el producto de forma de que le resulte lo más cómodo posible y se ajuste a su conveniencia. (Palas, 2010)

En este caso la venta de las joyas se la efectuará por medio de una página web en donde el consumidor podrá encontrar un catálogo de los productos, detalles de cada artículo e información complementaria para ver en qué condiciones se enviará el producto y su costo final.

El fin de la comercialización electrónica es llegar directamente al consumidor final pero a su vez acceder a grupos distribuidores y comercializadores de estos productos.

2.8.4 Promoción

La estrategia de promoción de los objetos ofrecidos por la empresa se basará en que estos bienes son exclusivos y que cuentan también con un antecedente social.

El consumidor sabrá que al adquirir el objeto no solo contribuye a la actividad de comercialización como empresa sino que ha aportado en el bienestar de los productores y por ende en el desarrollo del Ecuador.

La página web tendrá una categoría de promoción, la cual contendrá a los objetos que tienen un precio preferencial por un tiempo definido.
dirección de la página: <http://danielamonserratbr.wix.com/tolita>

Los objetos podrán cambiar dependiendo a la demanda de los consumidores. Esta variable estará establecida por preferencias en ciertos objetos y por la estacionalidad.

La estrategia para llegar al consumidor estará coordinada con instituciones que trabajan en fomentar el comercio exterior del país y los emprendimientos de microempresarios. Las instituciones más idóneas para este vínculo son la CORPEI y el Ministerio de Comercio y Competitividad.

2.9 Calidad del Producto

Descripción del proceso de producción y exportación:

1. Compra de mercancía en bruto.- La compra de mercancía en bruto no es otra cosa más que comprar la plata y el oro. Esta adquisición se hace de dos formas: la primera en la que el proveedor la ofrece hasta el domicilio de la empresa comercializadora y la segunda en la que el empresario, dueño o encargado se desplaza hasta el lugar donde están los comercializadores de estos metales a adquirir la mercancía.

Una vez que se tiene la materia prima hay que transportarla hasta el taller donde serán manufacturadas las piezas.

2. Fundido y Laminado - El fundir es exponer a altas temperaturas la plata, oro o platino para que se vuelva líquida y realizar el vaciado en moldes para luego seguir con el laminado del metal que se haya fundido, dándole una textura plana y alargada.

3. Calado.- Una vez que tenemos las láminas listas se procede a dibujar el molde de la pieza encima de la lámina y contornearla con una cierra de joyería.

4. Lijado- Después de haber calado las piezas se procede al lijado con diferentes tipos de lijas de agua siguiendo un mismo sentido se empieza por una lija de valor 500 y se va subiendo el valor para que se valla afinando el lijado y quede casi invisible con una lija 1200.

5. Pulido y brillo.- Una vez terminado el proceso de lijado se pulen las piezas y se les da brillo en la máquina abrillantadora.

6. Armar.- Después de que las piezas se encuentran terminadas se lleva a cabo la el ensamble de las piezas y las fotografías para los catálogos que darán a conocer el producto ofrecido, en los catálogos se incluye, además de la información más importante acerca de los productos, imágenes de los mismos.

7. Control de calidad. Es el proceso mediante el cual se revisa que la mercancía o producto a ofrecer esté en las mejores condiciones y cumpla con la calidad requerida.

Una vez que se cumple con el control de calidad se lleva a cabo por un lado el traslado del mismo al lugar de exposición y por otro el proceso de embalaje cuando se van a hacer entregas de pedidos previos.

2.9.1 Logística nacional

La empresa TOLITA para poder surtir los pedidos de los diferentes clientes de Estados Unidos lleva la siguiente logística: Primero, los empleados surten la lista del pedido y lo trasladan al camión con la cual se tiene contrato para hacer la entrega y este transporta la mercancía y hace la descarga del producto en el sitio seleccionado de embarque internacional. El cuadro detalla lo antes mencionado.

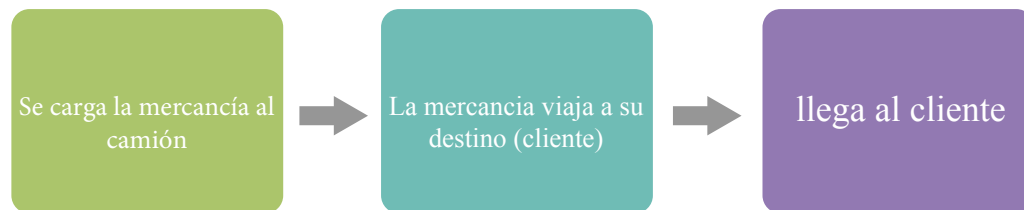


Figura 17 Logística

2.10 Análisis de Mercado

2.10.1 Selección del país a exportar

La exportación de “joyería de plata” sumó \$ 11'754,759.84 de dólares entre enero a diciembre del 2012, reflejando un crecimiento del 13 % respecto a similar período del 2011 (\$ 10'481,670.31 de dólares), siendo las principales empresas exportadoras son:

- DESING QUALITY EXPORTS S.A.C.
- DE ORO S.A.
- IDEAS APLICADAS S.A.
- NEW FASHION ECUADOR S.A.
- ECOMODA FASHION EIRL.

El mercado objetivo es Estados Unidos debido a que la joyería de metales preciosos en EEUU ha ido creciendo a una velocidad notable llegando a alcanzar en el 2011 un total de US\$ 10'481,670.31 (INEC, 2013)

Los anillos y aretes con acabados en oro y plata son los productos más demandados seguidos de la joyería elaborada solo en oro. En los últimos años, los consumidores estadounidenses gastaron US\$ 57.400 millones en la compra de joyería y relojes. Collares y pendientes son los artículos que más se comercializan. (Marcus, 2012)

La joyería es el segundo regalo más popular en EE.UU para fechas especiales.

los puestos que concentran el 60% de la demanda. En este país es importante aprovechar la poca lealtad que existe en las marcas para brindar un producto de buena calidad y diseño por lo que el ingreso de joyería de TOLITA tendría gran aceptación.

El consumo de artículos de joyería de diseño sigue un patrón similar al de los bienes de lujo. Si bien la gama más baja de este sector se resiente ante la incertidumbre económica, la gama más alta presenta un comportamiento estable que crece día a día en un mercado donde la población tiene gran poder adquisitivo y gusta de joyería de diferentes lugares del mundo.

2.10.2 Descripción del país a exportar: Estados Unidos

Tabla 3 Descripción del país a exportar

ITEMS	ESTADOS UNIDOS
Tratado	“El Acuerdo de Promoción Comercial “ Suscrito el 12 de Abril en Washington entró en vigencia el 01 de Febrero del 2009.
Población	313,9 (millones de habitantes)
% DE POBLACIÓN FEMENINA	104'808,064 mujeres –35%
PBI (US\$ BILLONES)	14.657,8 (billones de dólares)
PBI PERCAPITA (US\$)	47.284\$
% DEL PBI MUNDIAL	19.74%

2.10.3 Situación geográfica

- País : Estados Unidos
- Población : 313,9 MILLONES
- Extensión : 134265 km²
- PBI : USD 14.657.800.000 (United States)
- PBI per cápita : USD 47.284

2.10.4 Distribución de la población

Teniendo en cuenta los datos de oferta y demanda mundial de Joyería de plata, se concluye que el mercado de este producto es Estados Unidos pues alberga a las 313,9 millones de personas.

2.10.5 Características de la consumidora de Estados Unidos

- Renta media-alta.
- Valora el servicio personalizado en el punto de venta.
- Los habitantes de Estados Unidos buscan calidad en cada producto que van a adquirir.
- Conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen.

Los productos que puedan asociarse a exclusividad, son más valorados por su calidad y no tanto por su precio.

2.11 Estrategia de exportación

2.11.1 Envase

Los estuches para las joyas de plata y oro poseen en su interior acolchado y cubierto con tela suave para una mayor protección de la joya, también estará forrado con telas suaves o afelpadas que poseen distintos métodos para guardar cadenas, anillos, pulseras y todo tipo de joyas; en el exterior del estuche el material es más rígido o también puede ser del mismo material.



2.11.2 Canales de Distribución

Considerando el tamaño del mercado es necesario contar con un agente de ventas (Broker), quien se encargará de negociar con los principales mayoristas y tiendas de retail para la colocación de los productos.



El canal de distribución se inicia con la participación de la “TOLITA” de manera directa, esta situación tiene lugar en una primera fase de corto plazo y en una fase siguiente de mediano a largo plazo será de contacto a través de los mayoristas minoristas, vía internet, para facilitar el trabajo se podrá contratar los servicio de un Broker (agente que opera en el comercio).

2.12 Formas de Negociación

Modalidad de Pago

Para el pago internacional se utilizará los siguientes comprobantes de pago:

2.12.1 Factura de Exportación o comercial:

Documento emitido por “TOLITA” donde se detallan los datos del Exportador e Importador. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial.

Documento emitido por “TOLITA” donde se detallan los datos del Exportador e Importador. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial.

2.12.2 Póliza de Seguro

Este documento consta en un contrato de seguros y está compuesto por cláusulas generales, cláusulas particulares y ocasionalmente por cláusulas especiales, cobertura de riesgo de la mercancía.

2.12.3 Factura Comercial

Emitida por el exportador a la orden de su cliente importador para acreditar la venta efectuada. En tal sentido, la información básica que debe contener es la siguiente:

- Número y fecha de emisión,
- La descripción detallada de mercancía,
- Cantidad,
- Precio unitario y total según el incoyerm correspondiente.

2.12.4 Condiciones de Pago

El pago para la exportación de joyas TOLITA será 50% como anticipo de la compra y 50% restante con Carta de Crédito (L/C).

Medios de Pago

Transferencia bancaria y/o Giro Bancario, que se define como un título de crédito nominal que se debe expedir a nombre de la empresa. Dicha negociación es restringida dado que los bancos lo recibirán como abono.

CÓDIGO	DESIGNACIÓN DE LA MERCANCIA	UF	TARIFA ARANCELARIA
III Joyería y demás manufacturas			
71.13	Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso de chapado de metal precioso (plaqué).		
	De metal precioso, incluso revestido o chapado en metal precioso (plaqué).		
7113.11.00	De plata, incluso revestido o chapado en otro metal precioso (plaqué).	kg3	0
7113.19.00	De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué).	kg3	0
7113.20.00	De chapado en metal precioso (plaqué) sobre metal común.	kg	30
71.14	Artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso de chapado en metal precioso (plaqué).		
	De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso (plaqué):		
7114.11	De plata, incluso revestido o chapado en otro metal precioso (plaqué):		
7114.11.10D	e ley 0,925	kg	30
7114.11.90L	los demás	kg	30
7114.19.00	De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)	kg	30
7114.20.00	De chapado en metal precioso (plaqué) sobre metal común	kg	30
71.15	Las demás manufacturas de metal precioso de chapado en metal precioso (plaqué).		

2.13 Logística

En términos generales los EE.UU. es un país que no requiere licencias o permisos de importación previamente expedidos para poder hacer una compra en el exterior. Todas las importaciones son presentadas por medio de un “Import Entry Form” (formato oficial de registro de importación), en el cual se declara los datos de producto, el proveedor y el importador. Los principales datos son:

- Posición arancelaria en código de aduana de EE.UU.
<http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>
- Datos del importador
- Datos de exportador
- Datos del transportador, valor y guía de transporte
- Datos del agente aduanero
- Valor de mercadería, peso, valor.
- Valor de impuestos a pagar, si los hay entre otros

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Conclusión y recomendación:

Del análisis presentado en este trabajo se concluye que es factible la realización de este emprendimiento personal, para la exportación de joyas reinterpretando los diseños de la cultura Tolita.

Para garantizar que los diseños de las joyas de la empresa Tolita sean realizados de una manera consciente del simbolismo que nos legó nuestros ancestros es necesario instruir y capacitar a los artesanos que van a colaborar con la empresa Tolita en la elaboración de joyas, de tal manera que conozcan e interpreten el simbolismo que está plasmado en cada uno de los diseños.

3

BIBLIOGRAFÍA

Banco central del Ecuador. (1998) Catálogo de la sala del oro del museo nacional. Quito: Banco Central del Ecuador.

Lleras, R. Guión (2006). Guion museológico y perfil museográfico para la sala de metalurgia prehispánica del Ecuador del nuevo museo nacional. Quito: Banco Central del Ecuador.

Leiva, M & Montaña, M. (1994). "Equateur", L'Or des dieux, L'Or des Andes. Paris: Serpeniose.

Martinell, A. (2001) Colección Cuadernos de Iberoamérica. Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural internacional. Madrid: Ediciones OEI

Ontaneda. S. Ecuador: hitos de su pasado precolombino. Exposición en salas del Banco Central.

Stother, K. (2006). Guión museológico y perfil museográfico para la sala de arqueología de la costa ecuatoriana del nuevo museo nacional. Quito: Banco Central del Ecuador.

Comunicación personal: Entrevista, Doctora Enith Soto. Socióloga. 2012 Legislación

Cultural de los países de convenio Andes Bello. www.cab.int.co Colección de Vídeos "Caminantes" del Banco Central del Ecuador .Quito. 2010

Sitios web:

http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/guia_empresa/comercializacion_de_artesania.pdf

http://www.aduana.gob.ec/pro/general_copci.action

Para los procesos de exportación:

<http://www.slideshare.net/Carmenurbano/tramites-y-documentos-de-exportacion-icex>

http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/Procedimientos%20para%20Exportar%20desde%20Ecuador_0.pdf

<http://econjz.blogspot.com/2011/02/procedimiento-y-requirimientos-de-la.html>

<http://productosdeecuador.com/content/%C2%BFc%C3%B3mo-exportar>

<http://www.asesoraduanero.com/importar-y-exporta/index.html>

<http://portal.araujoibarra.com/faq/bfcomo-se-realiza-el-proceso-de-exportacion-de-mercancias>

Para la creación de franquicias:

<http://www.aefran.org/franquiciar.html>

<http://www.aefran.org/aspectoslegales.html>

<http://www.aefran.org/desarrollo.html>

Para los controles de calidad

<http://www.comercio.mineco.gob.es/es-ES/comercio-exterior/omc-otros-organismos-internacionales-comercio/Paginas/la-organizacion-mundial-de-comercio-omc.aspx>

<http://www.comercio.mineco.gob.es/es-es/comercio-exterior/control-calidad-asistencia-tecnica-exportador/paginas/inspeccion-de-calidad-comercial.aspx>

<http://www.forumdecomercio.org/Programa-de-gesti%C3%B3n-de-la-calidad-de-las-exportaciones-El-ITC-derriba-obst%C3%A1culos-t%C3%A9cnicos-al->

comercio/

<http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/documentos-importacion-exportacion/-/documentos-importacion-exportacion/99b77d19-02d9-461f-ae17-66ed6bb46114>

Bibliografía metales preciosos:

<http://www.banrepcultural.org/museo-del-oro/sociedades/metalurgia-prehispanica/oro-cobre-plata-platino>

<http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/documentos-importacion-exportacion/-/documentos-importacion-exportacion/99b77d19-02d9-461f-ae17-66ed6bb46114>

Bibliografía metales preciosos:

<http://www.banrepcultural.org/museo-del-oro/sociedades/metalurgia-prehispanica/oro-cobre-plata-platino>