

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO**

**DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de  
Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**“ESTRATEGÍA PARA UNA PROPUESTA INTEGRAL DE RECUPERACIÓN Y  
DIFUSIÓN DEL SOMBRERO ECUATORIANO DE PAJA TOQUILLA”**

PRESENTADO POR:

Augusto Ernesto Espinoza Mendoza

DIRECTOR DE PROYECTO:

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, MBA

Guayaquil, Diciembre de 2012

## AGRADECIMIENTO

*“A Mgs.Eduardo Guzmán Barquet., docente que dio sentido a una formación profesional en Turismo, desde una concepción de desarrollo local y sustentable, respetando los derechos humanos y de la naturaleza.*

## DEDICATORIA

*“A las tejedoras y tejedores de Montecristi, portadores de un saber ancestral que dignifica el trabajo humano y ponen en alto la ecuatorianidad.”*



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante ESPINOZA MENDOZA AUGUSTO ERNESTO como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.

Guayaquil, diciembre del año 2012

### DIRECTOR DE TESIS

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, MBA

### REVISOR DE CONTENIDO:

Eco. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

### REVISOR METODOLÓGICO:

Ing. José Medina Crespo, Mgs

### DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**Augusto Espinoza**

### DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **“Estrategias para una Propuesta Integral de recuperación y difusión del sombrero ecuatoriano de paja toquilla.”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)

(Augusto Ernesto Espinoza Mendoza)



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

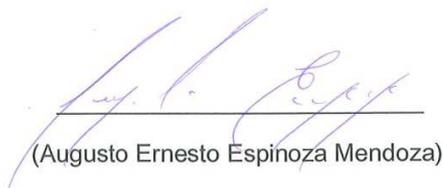
## AUTORIZACIÓN

**Augusto Espinoza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: **“Estrategias para una Propuesta Integral de recuperación y difusión del sombrero ecuatoriano de paja toquilla”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)



(Augusto Ernesto Espinoza Mendoza)

## ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	12
Planteamiento y delimitación del tema objeto de estudio.....	13
Formulación del Problema.....	14
Justificación.....	14
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
Marco Teórico.....	16
Marco Conceptual.....	24
Marco Legal.....	28
Metodología.....	38

### CAPITULO I

#### **1. HISTORIA Y SITUACION ACTUAL DEL SOMBRERO ECUATORIANO DE PAJA TOQUILLA**

1.1.Antecedentes históricos del sombrero de paja toquilla de Ecuador.....	43
1.2. Actualidad del sombrero de paja toquilla.....	50
1.2.1. Estilos y características de los sombreros de Paja Toquilla Ecuatorianos...	52
1.3.Exportación del sombrero semi terminado.....	54
1.3.1. El mercado.....	55
1.3.2. El producto.....	60
1.3.3. Generalidades de exportaciones.....	61
1.3.4. Organizaciones.....	64

## CAPITULO II

### **2. DIAGNOSTICO SOBRE IDENTIDAD DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA**

2.1. Percepción ciudadana.....	70
2.2. Percepción de expertos.....	71
2.3. Análisis FODA sobre posicionamiento e identidad del sombrero de paja toquilla en el mercado mundial.....	72
2.3.1. Matriz de interacciones y estrategias.....	73

## CAPITULO III

### **3. ESTRATEGIAS DE PROMOCION DEL SOMBRERO ECUATORIANO DE PAJA TOQUILLA**

3.1. Una propuesta que comunique productos sociales.....	74
3.2. Políticas para implementar propuesta de promoción integral del sombrero ecuatoriano de paja toquilla.....	76
3.3 Conclusiones.....	78
3.4 Recomendaciones.....	80

Anexos

Bibliografía

## INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Area de Saberes Ancestrales.....	19
Tabla 2. Importaciones mundiales .....	59
Tabla 3. Exportaciones Ecuatorianas.....	63
Tabla 4. Costo de la Inversión.....	83
Tabla 5. Balance Inicial.....	84
Tabla 6. Sueldos.....	84
Tabla 7. Presupuesto.....	85
Figura 1. Logo de Pro Ecuador .....	35
Figura 2. Promoción de producto ecuatorianos.....	36
Figura 3. Hojas de paja toquilla .....	45
Figura 4. Planta Carludovica Palmata.....	46
Figura 5. Sombrero de paja toquilla.....	47
Figura 6. Sombrero flexible.....	48
Figura 7. Sombreros de paja toquilla en sector el Vado.....	49
Figura 8. Pasarela de la moda del S-XXI .....	50
Figura 9. Pasarela de la moda del S-XXI .....	50
Figura 10. Producto terminado del sombrero de paja toquilla .....	51
Figura 11. Sombrero hippie.....	52
Figura 12. Sombrero de campana.....	53
Figura 13. Sombrero de Agua .....	53
Figura 14. Sombrero de Montecristi .....	54
Figura 15: Sombrero fino .....	54
Figura 16. Variedad de sombreros de paja toquilla .....	55
Figura 17. Sombreros de paja toquilla en Miami .....	57
Figura 18. Sombrero en Hong Kong.....	58
Figura 19. Sombrero de paja toquilla en Francia .....	58
Figura 20. Sombrero de paja toquilla en Perú.....	59
Figura 21. Acabados del sombrero de paja toquilla.....	61

## **ABREVIATURAS**

CORPEI.- Corporación de promoción de exportaciones del Ecuador.

ICOMOS.- Carta Internacional sobre turismo cultural

PRO ECUADOR.- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, adscrito a la Cancillería Ecuatoriana.

SENASCYT.- Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología

UNESCO.- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

## RESUMEN

El sombrero de paja toquilla es una de las principales artesanías exportadas por Ecuador, no obstante, el mismo no es siempre relacionado con nuestro país. Ecuador años atrás realizaba exportaciones de este tipo de sombreros hacia Panamá cometiendo el error de no establecer la procedencia de los mismos, por lo tanto este producto era vendido en Panamá y los compradores suponían que éstos eran originarios de ese lugar. En el año 1906 cuando el presidente Roosevelt es fotografiado con el sombrero en el lugar donde se construía el canal de Panamá; la noticia remarca el error histórico, que bautizo el sombrero como Sombrero Panamá.

La presente propuesta busca difundir la procedencia de los sombreros elaborados con materia prima y manos ecuatorianas, a fin de recuperar paulatinamente una identidad que se ha visto afectada por sucesos históricos desafortunados, buscando implementar asociaciones orientadas a dignificar a los pequeños artesanos que lo producen, a las familias y pueblos a los que estos se pertenecen; aportando a la autoestima del pueblo ecuatoriano en general, además de contribuir a la generación de empleo digno y solidario, mejorando el nivel de vida de nuestros artesanos y poniendo en alto la creatividad y los saberes ancestrales de nuestro país.

***Palabras clave:***

Tejido de paja toquilla, patrimonio inmaterial, artesanía, estrategias de identidad.

## ABSTRAC

The Panama Hat is one of the main products exported by Ecuador, nevertheless, it is not always related to our country. Years ago Ecuador exported this type of hats to Panama committing the mistake of not establishing the origin of them, therefore this product was sold in Panama and the buyers supposed that these hats were made in Panama. In the year 1906 when Teddy Roosevelt was photographed wearing one for the Panama Canal construction the news mark the beginning of a historical mistake and was then baptized “Panama Hat”.

The thesis proposal is to spread the value of each one of the hats elaborated with raw material and Ecuadorian hands, gradually recovering an identity that has been affected by historical unfortunate events, seeking to implement associations oriented to dignify the small craftsmen who produce them, the families and village where they belong; and, to the Ecuadorian people auto-esteem in general, beside contributing to the generation of respectable employment, improving living standards of our craftsmen and putting in a honorable place the creativity and the ancient knowledge of our country.

### ***Keywords:***

Straw cloth, Intangible heritage, Handicraft, Identity Strategy

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de Titulación centra su objeto de estudio en la identificación de estrategias que promuevan la identidad del sombrero ecuatoriano de paja toquilla.

El encargo social que hace el estado a las universidades es el de formar profesionales que contribuyan ética y científicamente al desarrollo del país. En este sentido, el presente trabajo de titulación pretende aportar a los siguientes objetivos estratégicos del Plan del Buen Vivir:

### OBJETIVO 6

*Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas: Garantizando la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.*

### OBJETIVO 8

*Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad: ....Valorando nuestra diversidad como una fuente inagotable de riqueza creativa y transformadora.*

Al posicionar en el mundo al sombrero de paja toquilla como un producto ecuatoriano, se contribuye a fortalecer la identidad nacional, y, se garantizaría en el tiempo la permanencia de una tecnología ancestral que dignifica a los artesanos que lo producen, a las familias y pueblos a los que estos se pertenecen; y, a la autoestima del pueblo ecuatoriano en general.

Al rescatarse la autenticidad del origen del sombrero de paja toquilla, se promovería el nombre de Ecuador como su principal productor y se daría paso al aumento del ciclo productivo, al aumentar la demanda del mercado. Con ello se generarían condiciones para entablar asociaciones entre pequeños productores de paja toquilla para satisfacer el volumen de compra o demanda internacional, teniendo múltiples beneficios como entrar en un mercado con un producto ya de renombre, con costos reducidos para así poder competir ante los precios imperantes del mercado. Para ello se requerirían implantar beneficios arancelarios, tasa de interés más baja para los préstamos, minimizar riesgos, aumentar niveles de competitividad. Todo lo cual tributaría a la generación de empleo digno y solidario, poniendo en alto la creatividad y los saberes ancestrales de nuestro país.

El Ecuador es uno de principales exportadores de sombreros de paja toquilla a nivel mundial. No obstante, este producto no siempre es relacionado con nuestro país. Un hito que contribuyó a esta situación sucedió en el año 1906, en que circulo a escala mundial una fotografía de presidente estadounidense Roosevelt en el canal de panamá luciendo un sombrero de paja toquilla ecuatoriano. Este hecho contribuyó a que los sombreros fueron asociados como originarios de Panamá.

El Ecuador elabora los sombreros de paja toquilla de mejor calidad en el mundo, debido principalmente al clima del país, ya que es el más propicio para cultivar la materia prima de más alto nivel. Otros países elaboran sombreros del mismo material pero la calidad es inferior a la ecuatoriana.

El tejido de la paja toquilla tiene para los artesanos una doble significación:

- la tradición cultural que viene de generación en generación; y,
- la opción laboral para mejorar sus economías domésticas con el fin de satisfacer, en parte, las necesidades básicas del día a día.

En el pasado siglo XX y en lo que va del siglo XXI no se ha elaborado un plan de marketing turístico internacional que permita recuperar la identidad de los sombreros de paja toquilla hechos en el Ecuador. Sin embargo, cabe resaltar que el Ministerio Coordinador de Patrimonios ha emprendido un plan de rescate de la identidad que ha generado el 4 de diciembre del 2012, el reconocimiento por parte de la UNESCO, del tejido de paja toquilla como un patrimonio inmaterial de la humanidad.

## **Planteamiento y delimitación del problema**

El Sector artesanal ha sido uno de los principales atractivos turísticos de país, gracias al esfuerzo de grupos de artesanos independientes que han logrado llevar sus productos fuera de la frontera aportando así un reconocimiento de la artesanía ecuatoriana a nivel internacional.

El término “Panamá Hat” está instalado en la sociedad mundial, lo cual ocasiona una confusión al momento de relacionar los sombreros de paja toquilla con el país de origen, el Ecuador.

La disociación entre terminología y origen deriva en un desaprovechamiento de este recurso turístico para el país, ya que siendo un producto tan reconocido y valorado, podría utilizarse el mismo para promocionar desde un enfoque que resalte al Ecuador no solo desde el punto de vista comercial, sino principalmente desde el ámbito cultural.

En la actualidad, el Ecuador cuenta con decenas de empresas que se dedican a la confección y exportación de sombreros de paja toquilla, pero cada una de ellas trabaja de forma individual y comercializa sus productos bajo el nombre de “Panamá Hats” debido a que les resulta más sencillo venderlo bajo esta terminología que ya es conocida a nivel mundial.

Por los motivos antes mencionados se espera plantear estrategias que promuevan el rescate del origen de los sombreros de paja toquilla, lo cual ayudará a recuperar paulatinamente la identidad de estos sombreros.

### **Formulación del Problema.-**

¿Qué estrategias se deberían implantar para posicionar la identidad ecuatoriana del sombrero de paja toquilla?

### **Justificación**

Se considera que la propuesta tiene una vital importancia para el Ecuador debido a las siguientes ventajas en la elaboración de los sombreros de paja toquilla:

- Ser totalmente artesanal
- La calidad del tejido
- Las características de la materia prima
- La manera en la que se ha transmitido el conocimiento para seguir tejiéndolo hasta la actualidad.

Todo lo cual, constituye una tradición que crea valores intrínsecos y simbólicos para quienes gustan de este producto, así como también para el público nacional y extranjero en general.

El Ecuador es uno de los países más biodiversos del mundo, cuenta con una riqueza cultural excepcional y es reconocido mundialmente por sus productos agrícolas como el banano y el cacao. Sin embargo, hay muchos sectores que tienen un gran potencial pero no han sido aprovechados de la mejor manera. Uno de estos sectores, es el de las artesanías, particularmente en los sombreros de elaborados de paja toquilla.

La propuesta busca establecer fundamentos y estrategias para una adecuada difusión nacional e internacional de los sombreros ecuatorianos de paja toquilla, a fin de que obtengan un mayor reconocimiento por el producto y se pueda captar viajeros provenientes

de extranjero interesados en el turismo artesanal; incentivando así la producción local y mejorando la calidad de vida de los artesanos que habitan la Costa y Sierra ecuatoriana.

### **Objetivo General**

Identificar estrategias tendientes a rescatar y difundir la identidad ecuatoriana del sombrero de paja toquilla, a nivel nacional e internacional.

### **Objetivos específicos**

- Conocer los antecedentes históricos y situación actual del sombrero de paja toquilla producido en Ecuador a nivel de identidad, producción y mercado.
- Determinar la percepción de la ciudadanía en relación al origen de los sombreros de paja toquilla.
- Seleccionar estrategias tendientes a posicionar la identidad del sombrero de paja toquilla ecuatoriano, aportadas por especialistas en promoción y comercialización del producto.

### **Formulación de hipótesis/ la pregunta de investigación**

La investigación propuesta será desarrollada mediante método de enfoque cualitativo y tendrá un carácter exploratorio, por lo que no se plantearán hipótesis, sino que el trabajo estará centrado en la siguiente pregunta de investigación:

*¿Qué estrategias se deberían implantar para posicionar la identidad ecuatoriana del sombrero de paja toquilla?*

## **MARCO TEORICO.-**

### **Cultura, patrimonio cultural, turismo e identidad cultural**

Cultura, patrimonio cultural, turismo cultural, identidad cultural constituyen las categorías teóricas esenciales que orientan la presente investigación que tiene como objeto de estudio el diseño de estrategias para posicionar al sombrero de paja toquilla como un producto representativo de la identidad cultural.

**Cultura.-**Las definiciones de cultura son muchas y responden a diferentes corrientes del pensamiento antropológico cultural. Existen definiciones como la de E. B Taylor, (1865) dos siglos atrás, que continúan teniendo vigencia. En los párrafos siguientes se exponen algunas definiciones de cultura de autores citados por Verduga (2012):

“Sistemas de conocimientos y creencias” (Baldrige).

“Complejo total o conjunto que contiene conocimientos, creencias, arte, moral leyes, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad”. (E. Taylor).

“Sistema super – orgánico, sistema de conocimientos que existe independiente y por encima de la naturaleza biológica del hombre” (Herber Spencer).

“Acumulación de normas de comportamiento aprendidas, originadas y desarrolladas por medio de símbolos. Existe desde que el hombre aprendió a simbolizar”.

“Organización de fenómenos, objetos materiales, actos corporales, ideas y sentimientos, que consiste o depende del uso del símbolo” (Leslie White).

“Modelos de vida históricamente creados explícitos e implícitos, racionales, irracionales y no racionales, que existen en cualquier tiempo determinado como guías potenciales del comportamiento de los hombre” (Kluckhohn).

La cultura es un concepto abarcador. La cultura se aprende, es una abstracción del comportamiento. La cultura puede ser observada a través de lo que sus partícipes hacen, dicen, de los procedimientos y técnicas que emplean y de acciones humanas que permiten conocer sobre cómo el ser humano aprende y se comporta en las sociedades en las que vive. La cultura permite descubrir similitudes y diferencias entre unos y otros.

La cultura se expresa mediante la participación cultural de los grupos e individuos. Este aspecto fue estudiado por R. Linton, citado por Verduga (2012), quien determina conceptos de universales, especialidades y alternativas culturales, en dicha participación. Son ejemplo de los universales culturales, llamados también valores universales: el lenguaje, el vestido, la forma de la vivienda, la libertad, etc.

Son ejemplo de las especialidades: los oficios y las actividades de hombres y mujeres. Una especialidad justamente sería la labor de los tejedores de paja toquilla. La función de las especialidades es el control y solidaridad social del grupo, la utilización y el control del medio natural.

Las peculiaridades individuales, están referidas a aquella dinámica que puede introducir un solo sujeto en la cultura mediante descubrimientos e invenciones, que logran cambios cuando logran imponerse. Ejemplo, el uso del facebook en el momento histórico actual.

**Patrimonio cultural.**-El Instituto de Patrimonio de España en su Plan Nacional de Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial 2011, lo concibe como:

.....los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de

generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. Instituto de Patrimonio de España (2011)

El Instituto Español aporta a esta definición que el Patrimonio Cultural Inmaterial es toda manifestación cultural viva asociada a significados colectivos compartidos y con raigambre en una comunidad. Por constituir creaciones específicas estas formas de hacer, junto con sus normas de organización y sus códigos de significación, son valoradas en la comunidad que las celebra.

De ahí que se consideren Patrimonio Cultural de grupos, de comunidades o de áreas culturales porque, además de formar parte de la memoria de la comunidad en donde se crearon, son fruto de la vocación colectiva por mantenerlas vivas y por ser reconocidas como parte integrante del Patrimonio Cultural propio. Es Patrimonio Cultural porque es transmitido y recreado y existe consenso colectivo para escenificarlo y experimentarlo en el presente y para que tenga continuidad en el futuro. Además, en el Patrimonio Cultural Inmaterial puede permanecer viva, a su vez, una experiencia estética en la que intervienen referencias sensoriales: auditivas, visuales, táctiles, odoríferas y gustativas. (Instituto de Patrimonio de España, 2011)

**Saberes ancestrales.-** El Plan de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales 2007 – 2010, de la ex Senascyt, define los saberes, los conocimientos y las tecnologías como aprendizajes sociales en íntima relación. Como característica esencial de los saberes ubica su mayor relación con los aprendizajes integrales o las sabidurías de los pueblos. En relación a conocimiento y tecnologías construye la siguiente definición:

Los conocimientos se comprenden como aquellos aprendizajes específicos que las diversas culturas crean para definir explicaciones más particulares sobre su realidad. Las tecnologías, en cambio, son todas esas destrezas y capacidades para poner en práctica tanto saberes como conocimientos. (Senascyt, 2007)

En el tratamiento del tema de saberes, el plan contempla la siguiente tabla de contenidos:

**Tabla 1: Área Temática de Saberes Ancestrales**

AREA TEMÁTICA	SABERES
<b>Tradición Oral</b>	Lenguas, mitos, cuentos, leyendas, historias de vida
<b>Expresiones artísticas</b>	Danza, música y juegos tradicionales, poesía popular, teatro popular,
<b>Medicina ancestral</b>	Sitios sagrados, plantas medicinales, limpiezas, baños de sanación, entre otros
<b>Técnicas de producción</b>	Ecología agrícola, sistemas de terrazas, entre otros
<b>Técnicas de construcción</b>	Viviendas con adobe, caña guadua, bahareque, tapial, entre otros.
<b>Técnicas artesanales</b>	Alfarería, mazapán, textiles, ebanistería, herrería, trapiches-producción de aguardiente
<b>Astrología</b>	Calendarios, ciclos lunares para la producción entre otros
<b>Gastronomía</b>	Comida cotidiana, comida festiva y comida ritual
<b>Conocimientos sobre la naturaleza</b>	Manejos de la biodiversidad

**Cuadro elaborado por Senascyt 2007**

**Turismo cultural.-** La cátedra de Turismo Cultural de la Unesco aporta las siguientes reflexiones. En primer lugar hace referencia al origen latino de la palabra Patrimonio, *pater, patris*; (padre) y *onium* (recibido) debemos entenderlo como la “herencia o legado de los padres”.

Se señala que patrimonio se refería en principio a las cosas materiales, por ello también se les decía “bienes” es decir, conjunto de cosas que una persona posee, adquiridas por cualquier título, aquellas susceptibles de obtener algún beneficio económico, de sacar algún rédito. Por extensión se consideró a “la herencia que recibimos de los padres, los abuelos o los antepasados”.

Posteriormente, dentro del marco del movimiento romántico de principios del siglo XIX, se sentaron las bases de que ciertos patrimonios encerraban otros valores, además de

los económicos: El valor histórico y el valor estético. Ello significaba que se comenzaron a conservar aquellas grandes obras, ligadas a la herencia histórica.

A mediados del siglo XX se amplió el concepto en la valoración. Existían obras que no tenían grandes valores estéticos o “históricos”, que no eran los ejemplos emblemáticos de la belleza ni representativos del poder, pero que eran parte del conjunto y que conformaban con las otras una totalidad que se complementaban. Más aún, eran sencillas, modestas y hasta diría de poco valor económico. Eran la arquitectura colectiva que configuraba el hábitat en medio del cual se construyeron los grandes monumentos y que representaban a una parte importante y numerosa de la comunidad, entendiendo que todo el hábitat es al monumento lo que la familia es al individuo. El ámbito plural desde el cual se comprende lo singular.

Esta nueva consideración permitió que se incluyeran y consideraran no solo las obras “importantes” sino también aquellas que eran el producto de la creación popular, los conjuntos urbanos, surgidos muy lejos de los grandes estudios de los maestros y los arquitectos, construidos muchas veces por los propios usuarios y que encerraban una gran sabiduría y un encanto particular.

Así, la concepción de Patrimonio asumió el carácter de memoria colectiva más cercana; y, a nivel de Turismo Cultural debe merecer una ***conservación respetuosa y sustentable***.

Condiciones para encauzar turismo cultural son las siguientes:

- a) Que los habitantes comprendan que este patrimonio que los hace únicos e irrepetibles.
- b) Que se asuman dueños primerísimos y por lo tanto responsables de su conservación, ejerciendo el cuidado entre todos.
- c) Que se cuente con una autoridad rectora de políticas de conservación, sustentada en el principio de que es un deber y obligación de todos.

Asumidas estas condiciones por una población, se señala en la Cátedra de Turismo Cultural de la UNESCO, sus habitantes estarían en condiciones de compartirlo con el visitante.

UNESCO recomienda como *consideraciones éticas* sobre Turismo Cultural, el hecho de considerar el patrimonio como un bien susceptible de obtener beneficios y ganancias, pero esto debe ser entendido como una consecuencia y no como un fin. De lo contrario, señala el organismo:

... se corre el riesgo de tergiversar su esencia, de transformarlo en espectáculo vendible con escenografías inventadas, pintorescas pero falsas. De armar espectáculos para “afuera” anteponiendo y enmascarando los aspectos económicos sobre los valores culturales con la lamentable pérdida de autenticidad donde las personas se “despersonalizan” se convierten en “no personas”. (Gómez, 2012)

Al respecto, la Carta Internacional sobre turismo cultural de ICOMOS, 1998, señala:

...El turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, puede poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural, su integridad y sus características identificativas. (Citado por Gómez, 2012)

Por tanto, se señala, que no se debe enfocar el uso del patrimonio solo como fuente de ingreso, pues esto puede significar a la hora de evaluar los resultados, que las pérdidas sean mayores que las ganancias.

Una planificación insuficiente, las esperanzas sobredimensionadas de rápidas mejoras económicas -comprensibles a veces por años de postergaciones-, la confusión de apostar más a la cantidad que a la calidad, junto con mal entendidas reparaciones históricas ha

llevado muchas veces a peligrosos cambios de comportamientos, pérdida de la privacidad, falta de espontaneidad, ruptura de las capacidades de tolerancia de los poblados con consecuencias sociales nefastas y la puesta en peligro de la integridad del patrimonio tangible e intangible. (Gómez, 2012)

Solo el manejo cuidadoso y sustentable, firma Gómez, puede asegurar un éxito equilibrado y permitir que se trascienda el valor patrimonial para pasar a una dimensión auténticamente social donde confluye el aspecto económico, estético, histórico y cultural, con aspectos como el equilibrio social, la inclusión, la autenticidad, el respeto por la diversidad cultural y la pluralidad, la participación de los actores sociales, los derechos humanos, la seguridad y el fortalecimiento de los valores éticos. Esto significa abordar la problemática del patrimonio con una dimensión absoluta y auténticamente humana.

**Identidad cultural.**-El concepto de identidad cultural surgió en los años cincuenta en Estados Unidos relacionado a los estudios sobre la integración de los inmigrantes. El enfoque provenía de la psicología social que concebía a la identidad cultural como determinante de la conducta de los individuos y componente de la identidad social, entendida como el conjunto de pertenencias de un individuo en el sistema social.

Si bien la mayor parte de los estudios se centraron en las identidades culturales o sociales estas pueden desagregarse en múltiples identidades: identidad étnica, identidad sectorial, identidad de género, etc. Para definirla unos apuntaron a los rasgos culturales objetivos o subjetivos, mientras que otros lo definieron como un proceso.

El enfoque del presente trabajo se centra en la corriente culturalista, al ponerse el énfasis en la herencia cultural vinculada con la socialización del individuo en el seno de su grupo cultural y territorio.

Si bien es cierto, desde décadas atrás se conceptualiza a la identidad cultural, ésta cobra fuerza en el momento histórico actual, que se corresponde con un mundo globalizado. Al respecto, De Souza (2007), afirma que la sociedad en su conjunto se encuentra incidida por modelos de desarrollo universales; que han afectado economías locales, saberes ancestrales y depredando recursos naturales, han favorecido al gran capital mundial, representado por las trasnacionales.

Este autor sostiene que el desarrollo no es universal sino contextual, lo cual genera tensión entre modelos universales e identidades locales. Sin embargo, en esta misma tensión ubica esperanza y construcción de alteralidad, pues afirma que se puede potenciar el desarrollo local en la medida en que se activen redes sociales con motivaciones, finalidades, propósitos, valores y creencias que viabilicen otra finalidad del desarrollo, diferente a la universalmente dada. Esto significa una clara intencionalidad de actuar en la aldea global con identidad propia, cuidando y protegiendo nuestra mismidad para no perdernos en colectivismos; y esto solo se puede hacer desde el nosotros, junto a los otros para emprender redes que humanicen, potencien y rescate todo lo bueno y bello de nuestros espacios locales. Esto también significa el amor y valor que otorgamos a nuestros ancestros y la herencia cultural que cuidamos para las futuras generaciones.

Esta búsqueda de singularidad hace que la gente empiece a valorar todo aquello que la identifica y la distingue de lo demás. En los barrios y en los pueblos la arquitectura típica es resguardada o restaurada, su folklore es de nuevo puesto en vigencia, se aprecian de nuevo los viejos platos de la culinaria tradicional, se rescatan los recuerdos que hicieron hito en la historia del lugar, se cuida la calidad de vida comunitaria y se muestra con orgullo el resultado de ese proceso. Muchas comunidades han rescatado su propio lenguaje, planifican y administran sus sistemas educativos para mejorar la calidad e introducir estos elementos locales o regionales, crean sus sistemas de seguridad y se organizan para enfrentar con éxito sus propósitos. (González 2009)

Garcés Aragón (2002) señala que la identidad cultural debe ser entendida como un constructo biopsicosocial que genera una conciencia compartida que permite la diferenciación positiva con base en las particularidades socioculturales de un individuo o grupo. Otra dimensión que aporta es que ésta está ligada a la autorrepresentación y autoevaluación, que es una cualidad sociológica independiente de la voluntad de individuos o grupos; y, que solo tiene sentido, cuando se expresa en relación con otros individuos o grupos humanos.

Este autor, plantea la identidad cultural desde la apropiación de nuestras riquezas espirituales y materiales de nuestro ser y territorio, garantizando el control del mismo y las condiciones para acceder al empoderamiento cultural que conlleve al mejoramiento de la calidad de vida en relación al contexto social.

### **Marco conceptual**

A continuación se exponen las definiciones y análisis de conceptos relacionados con la identidad y producción del tejido de paja toquilla en el Ecuador:

**Tejido de paja toquilla.-** Es un saber ancestral que ha pasado de generación en generación, entre los habitantes de Pile – Montecristi, cuyos ancestros se encuentra en la cultura mantense y asentamientos en Manabí desde 4.500 años antes de Cristo. Mediante este tejido se da forma a accesorios, en especial el sombrero, a partir del entrecruzado de hebras deviniente de una planta denominada paja toquilla.

**Paja Toquilla.-** Lamateria prima del tejido de paja toquilla esla “*Carludovica Palmata*”. Se trata de una especie de palma sin tronco cuyas hojas en forma de abanico salen desde el suelo, cada planta tiene hojas anchas que alcanzan de dos a tres metros de largo, la parte exterior de las hojas es de color verde; el centro de las mismas es de color

blanco marfil o blanco perla y es la parte de la que se obtiene la paja para la fabricación de los sombreros.

La *Carluduvica Palmata*, de la familia *Ciclantáceas* orden *Sinantas*, se cultiva en las zonas montañosas de la costa y Oriente ecuatoriano en las provincias de Guayas, Manabí, Esmeraldas y Morona Santiago.... puede ser cultivada en cualquier época del año. Esta es una planta que no necesita mucho cuidado, basta con un suelo húmedo para que crezca normalmente. Se demora de 2 a 3 años, desde que es sembrada hasta que esté lista, para ser recolectada. Cuando la planta llega a su madurez, ya se puede extraer el tallo (cogollo). Rojas (2006)

Cada planta de paja toquilla puede dar aproximadamente de 15 a 20 cogollos aproximadamente. Barcelona tiene aproximadamente 2.910 hectáreas, de las cuales 600 hectáreas están cultivadas de Paja Toquilla. Las personas agrupan 112 cogollos, que equivalen a un “ocho” (definición como se lo conoce en Barcelona). Una hectárea produce en invierno 35 “ochos”, que es de mejor calidad por las lluvias. En verano, se producen de 20 a 18 “ochos” por cada hectárea, disminuyendo su calidad por falta de lluvias. (Ibíd.)

**Sombrero Jipijapa** (“Xipixapa”), o **“Montecristi”**.- Es el nombre que otorga identidad al sombrero ecuatoriano denominado panama hats. Este sombrero es tejido con fibras entrecruzadas de paja toquilla. El proceso de elaboración incluye varios pasos: el cultivo de la paja toquilla, la separación de la fibra, hervido y secado, la preparación del patrón, la copa y el ala.

**Tejedores y tejedoras del sombrero de paja toquilla.**-En su mayoría mujeres, son las portadoras del saber ancestral de tejer accesorios con hebras de paja toquilla y son las

que directamente están vinculadas a este legado histórico. En los actuales momentos se encuentran localizadas en las provincias de Santa Elena, Manabí, Azuay y Cañar.

Originalmente fueron portadores de este saber los habitantes de la zona de Jipijapa – Manabí, desde hace más de 4.000 años. En 1860, el Gobernador de Azuay de aquella época, organizó talleres en la búsqueda de una alternativa de desarrollo económico para la población. Desde aquel entonces, este saber también está presente en tejedoras de Azuay y la colindante provincia del Cañar.

**Artesanía.-** La artesanía es el resultado de un proceso creativo que adquiere múltiples formas y se destinan a diversos usos; se convierte en una expresión del arte al poseer características de observación estética y en cada pieza hay belleza y utilidad. (Arévalo, 2004). Una artesanía se caracteriza por ser parte de una tradición que pertenece a una herencia cultural.

**Artesanas tejedoras de paja toquilla.-** Las tejedoras son artesanas, pues son dueñas de la materia prima y de la horma de madera sobre la cual se teje el sombrero. Pero el producto que confeccionan ya no pasa directamente a manos del consumidor, sino que va dirigido al mercado, en este caso, primordialmente, al mercado de exportación. Es decir, son *productoras de mercancías*. El tejido de la paja toquilla tiene para ellas una doble significación: la tradición cultural que viene de generación en generación y la opción ocupacional para monetarizar su economía orientada a satisfacer en parte las necesidades básicas del día a día.

**Situación social de las tejedoras.-** La Organización de Naciones Unidas señala que la principal riqueza de una nación es su gente. Desde esta concepción de Desarrollo Humano, Ecuador está en deuda con los y las tejedoras de paja toquilla, puesto que esta fuente de trabajo ha sido y continúa siendo objeto de precariedad laboral, puesto que son los intermediarios y exportadores los que fijan precios mínimos al trabajo de los y las

portadoras de este saber ancestral. Un planteamiento deseable es que las autoridades correspondientes fijen un precio base para la compra del sombrero de paja toquilla a quienes lo fabrican. Las tejedoras de sombreros de toquilla merecen una legislación que les proteja y les conceda seguridad social.

**Jipijapa.-** actualmente es un cantón de la provincia de Manabí. En los antecedentes históricos expuestos en la página web del municipio jipejapense, se señala que el nombre deviene de un Cacique llamado XIPIXAPA o XIPESCAPE que en idioma nativo significa sube y baja por tierra alta y baja. En el referido artículo, se indica que desde tiempos prehistóricos Jipijapa existió y sus territorios fueron saqueados por los invasores en especial su riqueza en oro, es así que el 10 de agosto de 1565 se fueron conglomerando los pobladores y se establecieron en Lanchán lo que hoy corresponde a Sancán, en un número de 9 parcialidades indígenas y fundaron la Provincia de Jipijapa, dando así origen a la nueva comunidad de San Lorenzo de Jipijapa. Actualmente cuenta con 71.083 habitantes, según Censo de Población y Vivienda del 2010. De esta cifra 35.012 son mujeres; y, 36.071 son varones.

**Montecristi.-** Cantón de la provincia de Manabí que según Censo de Población y Vivienda del 2010, cuenta con 70.294 habitantes (34.990 mujeres y 35.304 varones).

En relación a los antecedentes históricos, la página web del gobierno de este cantón indica que:

En la cima del Cerro de Hojas se encuentran evidencias de las ruinas de un templo, donde existieron sillas ceremoniales en forma de “U” correspondientes a la Cultura Manteña. Los hallazgos permiten especular que Montecristi fue asentamiento de la Cultura Manteña, entre los años 500 y 1.500 después de Cristo. (Municipio de Montecristi).

Se señala –además– que Montecristi se formó durante los primeros años de la conquista española, posiblemente entre 1536 y 1537, con pobladores de Manta que abandonaron su pueblo huyendo de los ataques piratas.

Entre los primeros pobladores aparece un señor de apellido “Criste”, quien habría construido su casa en la cima del monte, por eso se cree que el lugar adquirió el nombre de Montecriste, que luego, por facilidad idiomática, terminó llamándose Montecristi.

Es importante recalcar que Montecristi fue una de las primeras ciudades que plegó a la Revolución del 9 de octubre de 1820. Sus habitantes, encabezados por el Teniente Francisco Cuadros, proclamaron su independencia el 23 de octubre del mismo año; y, el 25 de junio de 1822 alcanzó la categoría de cantón.

#### **Marco legal.-**

#### **Referencias de la Constitución y Plan del Buen Vivir al fomento del desarrollo**

El marco legal será enfocado desde dos instrumentos rectores que permiten viabilizar el nuevo modelo de desarrollo del país, impulsado por el Gobierno del Presidente Rafael Correa:

- la Constitución en vigencia, aprobada en el 2008 por el pueblo ecuatoriano; y,
- el Plan del Buen Vivir.

Es necesario enfatizar que a partir del 2005 el Gobierno del Ecuador da un giro al modelo de desarrollo que venía prevaleciendo, asumiendo el Estado -y no las transnacionales y grupos económicos- la rectoría de las políticas económicas y sociales. Esto ha permitido que los servicios sociales y el acceso a créditos, logren ser accesibles a la población, mejorándose su cobertura y calidad.

Tras estos dos cuerpos legales y de planificación se encuentra la concepción del **sumak kawsay, la vida plena** que es un aporte de los pueblos originarios de nuestro país; puesto que, de acuerdo a su cosmovisión de pueblos históricos, la noción de desarrollo es inexistente pues el futuro está atrás, es aquello que no se mira, ni conoce; mientras al pasado se lo tienes al frente, se lo ve, se lo conocemos, nos constituye y con él caminamos.

La concepción del Buen Vivir necesariamente recurre a la idea del “nosotros” porque es la comunidad la que cobija y protege. La comunidad es el sustento y es la base de la reproducción de ese sujeto colectivo que todos y cada uno “somos”.

Desde la cosmovisión del **sumak kawsay**, las políticas de crecimiento macro económico no son las determinantes de un desarrollo integral; pues son las relaciones entre los seres humanos con la naturaleza y la vida comunitaria, lo que genera la sociedad del Buen Vivir. Por tanto, es un concepto que no incluye únicamente el *tener*, sino ante todo el *ser*.

La Constitución de la República en su **Art. 280.-** determina que:

El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

En concordancia, el Plan del Buen Vivir, viabiliza los derechos, libertades, oportunidades y potencialidades de los seres humanos, comunidades, pueblos y nacionalidades, contemplados en la Constitución.

En relación al objeto de estudio del presente trabajo, centrado en los procesos de identidad del sombrero de paja toquilla e interacciones entre los artesanos y sus saberes ancestrales, la Constitución del Ecuador prevé:

**Art. 385**

“El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.
3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.”

**Sección cuarta Cultura y ciencia**

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

## **Sección octava Trabajo y seguridad social**

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

## **Capítulo cuarto Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades**

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

Ítems. 12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora. Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

Ítems 13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

Por otra parte, el Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013, plantea la siguiente estrategia de **Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario:**

La Constitución del Ecuador recoge conceptualmente dos grandes avances en relación a los temas ambientales: los derechos de la naturaleza y los derechos ambientales en el marco del

Buen Vivir como parte del nuevo régimen de desarrollo. Ecuador es el primer país del mundo que reconoce los derechos a la naturaleza a partir de las múltiples cosmovisiones de las diferentes culturas y nacionalidades a través del reconocimiento de los procesos naturales, sus dinámicas, los ciclos de vida, las capacidades de resiliencia y su derecho a la restauración. Esta perspectiva establece un mandato ecológico que supera la visión occidental de la naturaleza como un espacio de explotación. (Gudynas, 2011)

La nueva visión reconoce que el Buen Vivir de las personas está íntimamente ligado al ámbito natural. Las sociedades en sus diversos modos y niveles de vida dependen físicamente, económica, o espiritualmente de la naturaleza. Sobre la producción de la toquilla, como materia prima, es necesario establecer estrategias que generen una producción sustentable y unos ingresos que les permitan a los productores acceder al Buen Vivir, sin ser explotados.

### **Ley de Defensa del Artesano.-**

En la Web de Artesano Ecuador, se da a conocer los siguientes beneficios de la Ley de Defensa del Artesano:

#### **Laborales**

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

#### **Sociales**

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

## **Tributarios**

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.

Sin embargo, la tradición y la ley generan tensiones en el sector de artesanos. Una de las organizaciones más fuertes, la Federación Provincial de Artesanos del Azuay publicó en medios impresos una carta abierta al Presidente de la República, Rafael Correa, donde manifestaba su preocupación, por las acciones que está implementando el Gobierno a través de sus Ministerios. (Mercurio, 2011): en referencia a la relación laboral con los aprendices, que generalmente son adolescentes o jóvenes, “a quienes el artesano transmite sus conocimientos para que aprenden un oficio”, señala el texto.

El comunicado textualmente indica “continuando bajo la supervisión personal del maestro de taller, se pulen sus habilidades y destrezas –muchas veces a costa de la materia prima-, y con dedicación y paciencia, culminan su aprendizaje con los conocimientos específicos propios para cada actividad artesanal”. (ibíd.)

La tradición se expresa en la siguiente tensión frente a los derechos de los trabajadores:

En nuestros talleres, se forman los artesanos en tiempo relativamente corto y los beneficios de las personas que se dedican al aprendizaje de esta labor son incommensurables, tanto así que en el mediano plazo se convierten en profesionales, que pueden defenderse económicamente, sin que el Gobierno haya invertido ningún costo en su educación... En épocas pasadas, los padres de familia pagaban al artesano para que enseñe un oficio a su hijo, porque era un gran beneficio, en cambio ahora el dueño del taller a más de enseñarle, debe pagarle un sueldo y el Seguro Social, lo que resulta muy difícil. (ibíd.)

### **Disposiciones de crédito.-**

Existen en el país, políticas de apoyo al artesano como los préstamos en el Banco Nacional de Fomento, disponibles para 1,3 millones de artesanos ecuatorianos.

El tipo de crédito destinado a los artesanos, según se anuncia en la web oficial del Banco Nacional de Fomento, corresponde a Crédito Productivos para Producción, Comercio y Servicios, cuyas características son las siguientes:

- **Préstamo** destinado a todas las personas naturales o jurídicas, vinculadas con la actividad de producción, comercio y servicios en **Ecuador**
- Este **crédito** cubre los siguientes sectores: Agrícola, Forestal, Pecuario, Pesca y Pesca Artesanal, Pequeña Industria (Artesanía, Turismo, Comercio y Servicio)
- Porcentaje máximo de financiamiento: 80%.
- Montos de préstamo: Desde U\$S 500 hasta U\$S 300.000.
- La garantía puede ser Quirografaria (Personal), Prendaria o Hipotecaria

### **Política de apoyo a la promoción y exportación de productos ecuatorianos.-**

El gobierno del Presidente Rafael Correa ha emprendido dos programas fundamentales para promover las exportaciones de pequeños productores y artesanos del país:

El **Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones**, adscrito a la Cancillería, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.



**Figura 1. Logo de Pro Ecuador.**  
**Fuente Pro Ecuador**

Este organismo, través del Programa Inteligencia Comercial, genera información actual y prospectiva para apoyar al desarrollo de las exportaciones y captación de inversiones para el país. Elabora reportes comerciales y de inversiones, estudios de mercado y de productos de exportación, información logística, estadísticas y análisis del comercio internacional, otorgándole a sus usuarios, una visión global de los mercados, sus oportunidades y amenazas en el ámbito económico, social y cultural, con el propósito de elaborar estrategias adecuadas para el ingreso de productos nacionales en mercados extranjeros.

Además cuenta con un Servicio de Asesoría al Exportador (SAE) que es un departamento creado para la atención a usuarios interesados en exportar.

## Programa Exporta Fácil.-

En la web de este organismo se da a conocer que se trata de una herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas; siendo su objetivo fomentar la inclusión de las micro, pequeñas, medianas empresas (MIPYMEs) y artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo con la competitividad de los productos del Ecuador y beneficiando su economía.



**Figura 2. Promoción de productos ecuatorianos**  
**Fuente: Programa Exporta Fácil**

Este programa intenta funcionar como un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del operador postal público.

Los exportadores pueden acceder a este servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta Web para iniciar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna.

El exportador ingresa al portal de Exporta Fácil e inicia su solicitud de exportación, el exportador llena el formulario del DAS y luego está listo para exportar.

Otros programas que viene impulsando el gobierno ecuatoriano en relación directa con el tejido de paja toquilla, son los siguientes:

**Reconocimiento del Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla ecuatoriano” como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.**En la página oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador, se da a conocer que el 5 de diciembre 2012, la UNESCO ha declarado al sombrero de paja toquilla ecuatoriano como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

Este reconocimiento responde a la política emprendida por Instituto Nacional de Patrimonios; que, mediante Oficio No. MCP-MCPNC-2011-0929, de marzo 26 del 2011, oficializó el pedido a nombre del Estado ecuatoriano remitió para que el “Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla ecuatoriano” sea reconocido Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

Con el reconocimiento del “Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla ecuatoriano” como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad se espera visibilizar el significado y función sociocultural del patrimonio inmaterial que se expresa en un conjunto de conocimientos, prácticas y técnicas tradicionales, superando la visión monumentalista del patrimonio y el enfoque conservacionista de la artesanía como un objeto. Esto implica una acción de reivindicación de las comunidades involucradas y el realce de su autoestima, así como un compromiso de las mismas para continuar con la transmisión de los saberes. (Ministerio de Turismo 2012).

Con la denominación sombrero de Jipijapa el Instituto Nacional de Patrimonio señalan las siguientes ventajas:

Reconocer esta manifestación a nivel mundial como un elemento representativo del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad es una aspiración válida de las comunidades y grupos involucrados. En este sentido, la participación local así como el empoderamiento comunitario se consolidarán y fomentarán el diálogo intergeneracional. Se

pone en acción medidas de salvaguarda para la artesanía, como difusión, talleres de formación o comunicación y entender al patrimonio inmaterial como una herramienta para el desarrollo. Ministerio Coordinador de Patrimonios (2012).

**Política sobre la trasmisión de conocimientos ancestrales.-** El Instituto Nacional de Patrimonio ha creado ha creado la Escuela Taller de Pile (Manabí) para transferir y mantener el conocimiento de la elaboración del sombrero fino de paja toquilla. En este esfuerzo, el estado ecuatoriano ha realizado una inversión de 600 mil dólares. Los primeros estudiantes son 26 jóvenes de 15 años en adelante.

**Difusión a través de Postal.-** El Gobierno de Ecuador también ha dispuesto la circulación, a partir de diciembre 2012, de un sello postal sobre “El tejido del sombrero de paja toquilla, patrimonio inmaterial de la humanidad.”

## **METODOLOGIA**

### **Justificación de la elección del método**

El prestigiado investigador, Ezequiel Ander-Egg (2003) indica que la investigación es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene como finalidad descubrir, describir, explicar o interpretar los hechos, fenómenos, procesos, relaciones y constantes o generalizaciones que se dan en un determinado ámbito de la realidad.

Existen diferentes tipos de investigaciones que tienen que ver con:

- Los métodos utilizados y puede ser cuantitativa, cualitativa y mixta
- Con el nivel de profundidad como es el caso de investigaciones de tipo exploratorio y descriptivas.

En el caso de la presente investigación, ésta es de *carácter exploratorio*, puesto que se espera que sirva de base para que en otras investigaciones se profundice sobre el tema. El planteamiento del presente trabajo está en concordancia con el objetivo de una *investigación exploratoria*, debido a que la finalidad de la misma es justamente sondear, descubrir posibilidades. En este caso, sondear posibles estrategias de posicionamiento de la identidad nacional del sombrero de paja toquilla.

### **Diseño de la investigación**

La presente investigación pretende ser ejecutada con la puesta en marcha de los siguientes procesos:

- a) Exploración bibliográfica que permita cumplir con el Objetivo Específico No. 1:

*Conocer los antecedentes históricos y la situación actual del sombrero de paja toquilla producido en Ecuador a nivel de identidad, producción y mercado.*

- b) Investigación con enfoque metodológico cuantitativo y recogida de información vía encuesta, para determinar la percepción de ciudadanos ecuatorianos sobre la identidad del sombrero de paja toquilla, en correspondencia con el Objetivo Específico No. 2:

*Determinar la percepción ciudadana en relación al origen de los sombreros de paja toquilla.*

- c) Investigación con enfoque metodológico cualitativo y recogida de información vía entrevistas a actores involucrados con la promoción y comercialización del sombrero de paja toquilla, para obtener resultados en torno al Objetivo Específico No.3:

*Seleccionarestrategias tendientes a posicionar la identidad del sombrero de paja toquilla ecuatoriano, aportadas por especialistas en promoción y comercialización del producto.*

Una vez que se cumplan estos procesos y se obtengan los resultados, se espera que la investigación arroje un estudio fundamentado de estrategias para posicionar la identidad del sombrero de paja toquilla.

### **Muestra/Selección de los participantes**

La encuesta ha sido aplicada a grupos por rango de edad, conforme se explicita en el siguiente cuadro:

**APLICACIÓN DE ENCUESTA POR RANGO DE EDADES**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
Entre 15 a 25 años	165	41%
26 a 35 años	100	25%
De 36 a 64 años	135	34%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por Augusto Espinoza Mendoza. 2012**

Las entrevistas han sido realizadas a personas altamente especializadas en el tema como lo son:

- Carol Denford -Periodista Inglesa propietaria de la revista The Hat Magazine
- Alejandra Lecaro- Gerente General de Ecu –Andino (Principal exportadora de sombreros ecuatorianos de paja toquilla)

### **Técnicas de recogida y análisis de datos.-**

Los cuadros que se expone a continuación, contienen las técnicas a través de las cuales se ha realizado la recolección de información y el análisis de resultados, en concordancia con los objetivos específicos planteados:

#### **Objetivo específico 1:**

*Conocer los antecedentes históricos hasta llegar a situación actual del sombrero de paja toquilla producido en Ecuador a nivel de identidad, producción y mercado.*

<b>FUENTE</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN</b>	<b>ESTRATEGIA DE ANÁLISIS</b>
Investigación Bibliográfica	Exportaciones Diseños y tendencias de moda Identidad y promoción	Identificación de análisis especializados sobre el tema	Análisis de contenidos Realización de inferencias

#### **Objetivo específico 2:**

*Determinar la percepción del ciudadano ecuatoriano en relación al origen de los sombreros de paja toquilla.*

<b>FUENTE</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN</b>	<b>ESTRATEGIA DE ANÁLISIS</b>
Encuesta a una muestra de 400 personas distribuidas en los siguientes rangos de edades:  15 – 20 años: 165 26 – 35 años: 100 36 – 65 años: 135	Uso del sombrero de paja toquilla.  Ocasiones de uso  País originario  Provincias donde se produce  Calidad de confeccionado  Publicidad para promocionar autenticidad	Aplicación de encuesta.  Tabulación de información recopilada  Clasificación y organización en cuadros estadísticos  Interpretación de resultados	Clasificar la información recopilada en cuadros estadísticos correspondientes a cada variable.  Determinar la interpretación de los resultados publicados en cada uno de los cuadros.

### **Objetivo específico 3:**

*Seleccionar estrategias tendientes a posicionar la identidad del sombrero de paja toquilla ecuatoriano, aportadas por especialistas en promoción y comercialización del producto.*

<b>FUENTE</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN</b>	<b>ESTRATEGIA DE ANÁLISIS</b>
Entrevistas a especialista en difusión del sombrero de paja toquilla.	Identidad del sombrero  Estrategias de comercialización Alternativas para una mejor difusión	Planteamiento de preguntas relacionadas con las variables  Clasificación de la información	Elaboración de análisis FODA en base a información recopilada

## CAPITULO I

### HISTORIA Y SITUACION ACTUAL DEL SOMBRERO ECUATORIANO DE PAJA TOQUILLA

Los contenidos del capítulo que se exponen a continuación tienen por objetivo conocer los antecedentes históricos del sombrero tejido con paja toquilla de Ecuador, hasta llegar a situación actual a nivel de identidad, producción y mercado.

Por tanto se divide en dos temáticas: -los antecedentes históricos; y, la actualidad del sombrero de paja toquilla ecuatoriano.

#### **1.1. Antecedentes históricos del sombrero de paja toquilla de Ecuador**

El Instituto Nacional de Patrimonio, refiere sobre los siguientes antecedentes históricos del sombrero de paja toquilla.

El origen del tejido del sombrero de paja toquilla se localiza en la provincia de Manabí. En 1630 el indígena Domingo Chóez conjugó esta materia prima con la forma de los sombreros españoles. La actividad toquillera se consolidó en el siglo XVII, cuando decae la producción de algodón y los europeos empiezan a demandar el sombrero de paja como un sustituto del de paño. Los tejedores de Montecristi y Jipijapa, se especializaron en la elaboración del sombrero bajo de modelo europeo. (Guerra, 1998:76).

En 1859, la Reina de España mandó que se organice en Aranjuez una compañía de infantería cuyo uniforme diario cuenta con un “sombrero Jipijapa”, haciendo relación a los sombreros de toquilla que se tejían en esa localidad. El auge exportador de sombreros generó una etapa de bonanza económica sin precedente; hacia 1863 se exportó desde el Puerto de Guayaquil la increíble cifra de 500.000 sombreros anuales; y para 1854 “el valor de la exportación del sombrero de paja toquilla superó al del cacao, siendo aquel año, el producto que mayores ingresos dio al Estado ecuatoriano” (ibíd.)

Momentos clave en los que se dio una notoria alza en la producción toquillera fueron la Exposición Mundial de París (1855), en la que se promocionó el sombrero ecuatoriano de toquilla, y a finales del siglo XIX cuando la construcción del Canal de Panamá generó una gran demanda. (ibíd.)

El sombrero de paja toquilla es un producto representativo de la identidad cultural. En Ecuador, es hecho a mano en determinadas horas como una tradición ancestral, sin usar máquinas, lo que lo hace un producto llamativo por la textura y el tesón con la que es elaborado.

El tejido de paja toquilla empezó en el llamado período de Integración (500 A.C. – 1500 D.C.), lo que se conoce como Confederación Manteña, mostrando en diferentes figurines a ciertos hombres llevar un casco hechos en piedra o cerámica o de paja que se obtiene de la hoja de palma, símbolo de protección para sus cabezas y así evitar el peligro.

La Confederación Manteña vivió en lo que hoy se conoce como Bahía de Caráquez, su trayectoria va desde el Cerro las Hojas entre la actual Manta y Portoviejo para luego llegar al Guayas y la isla Puna.

La cultura Manteña según interpreta Newson (1995), contaba con navegantes que no usaban canoas, sino balsas que estaba equipadas con velas, transportando así grandes cantidades de artículos y viajeros. Una de estas balsas – refiere la historia- fue encontrada por Bartolomé Ruiz, llevando 20 hombres y 30 toneladas de mercancía. En el año 1534, Alvarado llegó desde Centroamérica a Bahía de Caráquez para ir a Quito, y al pasar por Jipijapa notó que los indígenas tenían en sus cabezas unas alas de vampiros, tejidos hechos con hojas de palma.



**Figura 3. Hojas de paja toquilla**  
**Fuente: EPC Company Cia. Ltda.**

Los Huancavilcas, Mantas y Caras, aborígenes que vivían en lo que hoy se considera la provincia de Guayas, Manabí, eran hábiles tejedores y excelentes trabajadores en el arte textil, siendo considerados como unos buenos maestros en el tejido de los sombreros de paja toquilla.

En el año 1800 Napoleón recibió de los reyes españoles Carlos IV y María Luisa, regalos realizados con paja toquilla, dando énfasis a la gran amistad que se formaría en aquella época, y constituyó un triunfo diplomático para el Ministro Manuel Godoy.

Desde entonces numerosos científicos prestaron atención a la palma que servía para confeccionar obsequios entre reyes y sabios. José Celestino Mutis, José de Caldas, Amideo Bompland y Alejandro von Humboldt dibujaron la planta en sus apuntes, propiciando con esto una gran publicidad.

En 1820 fue clasificada en botánica con el nombre de "Carludovica Palmata", que viene de Carolus y Ludovica, los nombres en latín de los reyes Carlos y María Luisa, sus auspiciadores.



**Figura 4. Planta Carludovica Palmata**  
**Fuente: The Panama Hat Shop.**

En el año 1630 Francisco Delgado llegó a Manabí y notó que los indígenas se dedicaban a la confección de tejidos hechos de fibra vegetal, es así como pasaron de ser las alas de vampiros en tocas. Es ahí donde nace el nombre de toquillas.

Esta actividad artesanal fue de gran transcendencia en la época Republicana, generando un ingreso de dinero muy grande para el país Ecuador. Debido a la gran cantidad de hojas de palma que existía alrededor, la Confederación Manteña pudo haberla usado por su textura, facilidad para elaborarla, y por el color.

La historia también reseña que los buscadores de oro acudían a California por medio de Panamá y quedaban encantados con el sombrero de Ecuador, pero con el pasar del tiempo estos recibieron el nombre de donde eran comprados mas no del lugar de origen, es por ello que Ecuador perdió el lugar que se merecía y aún merece en el mundo. Los sombreros de paja toquilla han sido vendidos en gran cantidad en París, siendo valorados por su textura, la finesa de su acabado y por el material con el que han sido hechos, convirtiéndose en un complemento obligatorio a la hora de vestir.



**Figura 5. Sombrero de paja toquilla**  
**Fuente: EPC Company Cia. Ltda.**

A principios del siglo XX el sombrero de paja toquilla adquirió fama y prestigio cuando fue fotografiado el presidente estadounidense Theodore Roosevelt luciendo un elegante sombrero, en el canal de Panamá.

En este país se propago el uso del sombrero de paja toquilla desde el primer intento de construcción del canal de Panamá para unir al océano Pacífico con el Atlántico y recortar así el tiempo en las rutas marítimas se dio en los años 1880-81. Para esta época, los sombreros ecuatorianos ya se exportaban y como ruta obligada estaba Panamá.

En el transcurso de construcción del canal se empezó a propagar el uso del sombrero de paja toquilla, que representaba una prenda liviana, fresca y que aliviaba las inclemencias del clima.

En otro país, Turquía, las leyes de modernización prohibieron en 1925 el Fez (gorro tradicional) e impusieron el uso del Panamá Hat. Su relevancia fue tal que la balanza comercial de aquel entonces lo ubicó como el primer producto de exportación y base económica para los impuestos de aquellos años.

Durante la segunda mitad del siglo XX disminuyó el uso del sombrero en general, pero el sombrero de paja toquilla de origen ecuatoriano nunca estuvo en declive, debido a

ser valorado por las clases altas de países europeos, como auténticas artesanías y por su estilo de ser tejidos a mano, lo cual hace de cada sombrero un ejemplar único.

Aunque los de menor calidad cuestan unos cuantos dólares, los mejores, los superfinos de Montecristi, superan los USD \$1,000. Existen imitaciones menos costosas pero el sombrero genuino es ligero, fresco y dura toda la vida.

Pachay (2010), afirma que en Manabí hay muchas montañas que tienen un clima muy especial, por contar con zonas de playa y zonas de clima frío que es donde se produce la paja toquilla. Son áreas frías que casi siempre pasan nubladas, lo que permite que el suelo pase húmedo la mayor parte del tiempo.

Este autor refiere sobre el sombrero de toquilla que es muy flexible y puede ser doblado o enrollado, pero para mantenerlo en óptimas condiciones, necesita cuidados básicos. No debe colocarse objetos pesados sobre la superficie del sombrero, tampoco se lo debe doblar con mucha fuerza, como si fuese un papel. Para remover pequeñas arrugas se debe colocar un pedazo de tela húmeda sobre el sombrero y luego plancharlo a temperatura moderada. Si se desea conservar su forma original es mejor no doblarlo, debido a que el material con el que está hecho es flexible.



**Figura 6. Sombrero flexible**  
**Fuente: Ecu-Andino**

Existen de dos tipos de sombrero, el de paja mocora, mismos que son hechos de pajas toscas y tejidos gruesos; y el otro tipo hecha con una paja especial, siendo un tejido

fino y de una textura fácilmente de doblar como un pañuelo, comenzando la confección de estos sombreros en Montecristi y Jipijapa, para convertirlos en sombreros de toquilla.

Sin embargo, cabe recalcar que el año 1844 en Azuay se empieza a producir sombreros de paja toquilla debido a la demanda latente en el período mencionado; y debido a la falta de empleo, el Municipio de Cuenca dispuso dictar clases de manufacturación para elaborar sombreros de paja toquilla.

Esta capacitación fue un decreto, una obligación para los habitantes de Cuenca. El gobernador de la época visualizó el tejido de toquilla como una actividad productiva generadora de ingresos a sus habitantes; por lo que dispuso que quién no asistía a las capacitaciones debía ir a la cárcel pública para que aprenda esta actividad dentro de la misma. Con el pasar del tiempo, esta actividad les favoreció a muchas familias, al representarles una fuente de ingresos.



**Figura 7. Sombreros de paja toquilla en el sector de El Vado**  
**Fuente: Diario EL Mercurio**  
**Año 2011**

En la figura 7 se observa al Señor Angel Zhunio, quien es considerado uno de los maestros del sombrero, en el tradicional sector de El Vado, en donde confecciona genuinos sombreros de paja toquilla, demandados por los turistas.

## 1.2.Actualidad del sombrero de paja toquilla.

Para la confección del sombrero de paja toquilla los principales productores siguen siendo las ciudades de Montecristi y Cuenca pertenecientes a Ecuador.

Actualmente estos son usados en las grandes pasarelas de la moda. Por su calidad se venden a precios sumamente elevados.Como un ejemplo de la incorporación de este sombrero a las pasarelas de la moda del S-XXI, está de la colección de Enmanuelle UNGARO 2009 y la de Ralph LAURENT 2011.



**Figura 8. Pasarela de la moda del S-XXI**  
**Fuente: EcuadorianHands.com**



**Figura 9. Pasarela de la moda del S-XXI**  
**Fuente: EcuadorianHands.com**

En el mundo cine su uso se ha extendido hasta grandes protagonistas y famosos de Hollywood que lo utilicen en sus filmes, como puede observarse en los filmes “Lo que el viento se llevó”, “Casablanca” y “Cayo”.

Bajo el lema de “aprender a trabajar trabajando” el Instituto Nacional de Patrimonio cultural busca que la producción de los sombreros de paja toquilla siga en forma ascendente y no quede en el olvido. Lo cual constituye un primer paso para que los más jóvenes se dediquen a esta actividad y se transfiera este saber a las nuevas generaciones.

Este proyecto busca –además- mejorar la producción del sombrero de paja toquilla y posicionar su autenticidad en el mercado internacional. Se pretende mejorar las técnicas de confección del mismo, otorgando mejores diseños y acabados, buscando las herramientas bases para evitar ser intermediarios y brindar el producto terminado. Actualmente el mercado exige un producto terminado ya confeccionado con adornos y etiqueta, y no como antiguamente se comercializaba un producto semi-elaborado.

Su actual uso se lleva a cabo para determinadas ocasiones, sea para dar un toque elegante a la forma de vestir, o demostrar personalidad de acuerdo a la temporada:

- La playa.
- En zonas de lluvia.
- Acontecimiento social.



**Figura 10. Producto terminado del sombrero de paja toquilla**  
**Fuente: Aprender a trabajar trabajando**

El uso del sombrero de paja toquilla suele ser un ícono de moda, incluso el estilo de cómo se usa sobre la cabeza demuestra la personalidad sobre los demás, ya sea de lado, hasta las cejas, o con el ala levantada. El principal comprador es el mercado Europeo, debido a su costumbre de usar el sombrero de paja toquilla como una prenda de vestir.

### **1.2.1. Estilos y características de los sombreros de Paja Toquilla Ecuatorianos.**

Los tipos de sombreros que actualmente se producen en Ecuador son los siguientes:

#### **Hippie.-**

Su técnica es cosida con crochet, nace en Libertador, su característica es la resistencia del sombrero al agua, o al calor al ser grueso, se lo puede teñir o dejarlo de su color original beige.



**Figura 11: Sombrero hippie**  
**Fuente: EcuadorianHands.com**

#### **Campanas.-**

Son los sombreros crudos, los mismos que se venden a intermediarios nacionales para que los terminen de procesar.



**Figura 12. Sombrero de campana**  
**Fuente: EcuadorianHands.com**

### **Sombreros de Agua.-**

Se llama de agua porque están estrechamente tejidos, que si se los llena de agua no se escurre entre sus brechas, es de color blanco porque es sometido a un proceso de blanqueado, convirtiéndose en un sombrero más suave, flexible y moldeable.



**Figura 13. Sombrero de agua**  
**Fuente: EcuadorianHands.com**

### **Montecristi.-**

Es un sombrero hecho sin procesos químicos, siendo su calidad muy buena.



**Figura 14. Sombrero Montecristi**  
**Fuente: EcuadorianHands.com**

### **Finos.-**

Forman parte de esta tipología lossombrerosfinos, super finosy extra finos. Son de color beige, suelen ser más claro porque se realiza el proceso del zahumado.



**Figura 15. Sombrero Fino**  
**Fuente: EcuadorianHands.com**

### **1.3. Exportación del producto semi terminado**

La problemática de la exportación del producto semi terminado conlleva entrar en un mundo competitivo, donde los mayores **competidores de Ecuador son China, Italia, México, Estados Unidos y Vietnam.**

Lamentablemente el producto semi terminado es exportado a estos países, en especial Italia y China y son ellos quienes terminan el proceso productivo del sombrero paja toquilla y quienes lo decoran y le dan el diseño para poderlo comprar, vendiéndolos a precios muy altos, siendo un impacto negativo para el país debido a que los ingresos podrían ser mayores, además de perder el origen de donde fue elaborado.

Otro inconveniente que se da es que en estos países –al ser industrializados- los sombreros son elaborados con materiales sintéticos, como la fibra de papel, hechos a máquina. La producción es en serie y el precio es muy bajo, lo que es una gran competencia para el sombrero de paja toquilla hecho en Ecuador.

Otro problema es el mercado Oriental en donde sí se tejen los sombreros a mano, pero con fibra hecha en maquinarias y convertidas en hilo largo.

Aguilar(2009), señala que la producción ecuatoriana continua siendo enviada a Panamá y desde ese país es vendida a América del Norte, a Centro América, a Europa; y, al resto del mundo, lamentablemente con el nombre de ‘Panamá Hat’.



**Figura 16. Variedad de sombreros de paja toquilla**  
**Fuente: Ecu-Andino**

### **1.3.1. El Mercado.**

Las artesanías y sombreros en paja toquilla han estado presentes en el Ecuador desde 1700. La Ciudad de Montecristi presenta excelentes condiciones climáticas para el

desarrollo de una agricultura empresarial y con ello fomentar el turismo a través del rescate del patrimonio cultural.

Ecuador está entre los primeros productores mundiales de sombreros de paja toquilla, es por ello que se debe seguir con la calidad que caracteriza al producto para así brindar a los distribuidores una fuente confiable y rápida para satisfacer la demanda, la misma que muchas veces no es satisfecha, dando una imagen no apropiada para seguir como líder en la producción de los sombreros de paja toquilla a través de los años.

El mercado de los sombreros de paja toquilla lo conforman familias o personas de estrato social media alta y alta, de género masculino y femenino, desde los 13 años de edad en adelante que gustan estar conforme a las tendencias de la moda, debido a que valoran la calidad y estética.

Ecuador se siente amenazado por la poca mano de obra existente en el mercado para la elaboración del sombrero de paja toquilla, un indicador importante para su confección, siendo legado tradicional.

La moda es otro indicador que pudiera ver disminuida la demanda ya que cada vez menos jóvenes usan sombrero, siendo necesario implementar una estrategia para recuperar la identidad del sombrero de paja toquilla no solo a nivel internacional sino internamente. Esta estrategia podría estar sustentada en el uso del sombrero de toquilla por parte de príncipes y actores.

La comercialización del sombrero de paja toquilla tiene un mercado seguro, por ser confeccionado con diseños originales y únicos, siendo su mercado objetivo la captación a nivel internacional, pudiendo ser un medio de promoción las redes sociales en las que se pudiera fomentar la interacción entre los consumidores, los mismos que podrán conocer y

opinar del producto que consumen, y así con estas experiencias fomentar la identidad nacional del sombrero de paja toquilla.

Actualmente existe el Showroom de Ecu-Andino, una empresa dedicada a la comercialización directa del sombrero de paja toquilla desde Ecuador hacia diferentes países internacionales, siendo el único lugar en donde podrá encontrar más de 500 modelos diferentes en exhibición.

La empresa Ecu-Andino tiene diferentes puntos de venta alrededor del mundo, como: USA, Japón, Australia, Francia, Alemania, España, Dubai, Uruguay, Perú.



**Figura 17. Sombreros de paja toquilla en Miami - Sawgrass Mills Mall  
Fuente: Ecu-Andino**



**Figura 18. Sombreros de paja toquilla en Hong Kong - Ocean Terminal**  
**Fuente: Ecu-Andino**

En el mercado local el sombrero es usado entre campesinos y artesanos, los mismos que son tejidos por ellos, como una labor tradicional en donde sus padres enseñan a sus hijos. Son utilizados para actividades típicas de la zona como agrícola y pecuaria, así como también para protección del sol y la lluvia, incluso les sirve para a través de ellos beber agua.



**Figura 19. Sombreros de paja toquilla en Francia**  
**Fuente: Ecu-Andino**



**Figura 20. Sombreros de paja toquilla en Perú**  
**Fuente: Ecu-Andino**

En la tabla que se expone a continuación, según datos de CORPEI, se puede observar que aumentó en un 5% el requerimiento de importación de sombreros de paja toquilla, en el período 2004-2008.

**Tabla 2. Importaciones mundiales de sombrero de Paja Toquilla 2004 al 2008.**

Rank	Importadores	Valor importado en 2008 Miles USD	Balanza comercial	Crecimiento anual en valor entre 2004 - 2008 %	Crecimiento anual en valor entre 2007 - 2008 %	Participación en las importaciones mundiales %
	Mundo	175107	-11236	6	1	100.00
1	United States of America	58643	-48288	-4	-9	33.49
2	Japan	18815	-18644	10	23	10.74
3	United Kingdom	13607	-6899	11	-5	7.77
4	France	8066	-5890	16	6	4.61
5	Germany	6732	-2831	12	-1	3.84
6	Australia	6342	-5265	12	-11	3.62
7	Canada	5421	-4547	12	-6	3.10
8	Spain	4731	-4014	14	18	2.70
9	Italy	4137	11124	16	20	2.36
10	Hong Kong (SARC)	3301	719	-17	-22	1.89
11	Russian Federation	2633	-2539	82	69	1.50
12	Republic of Korea	2511	-2365	18	-6	1.43
13	Ireland	2236	-2163	29	11	1.28
14	South Africa	1989	-1374	6	-24	1.14
115	Mexico	1790	12985	8	-4	1.02
16	Netherlands	1622	-1002	20	2	0.93
17	Austria	1501	-979	10	17	0.86
18	Belgium	1501	-514	19	22	0.86
19	Switzerland	1366	-1286	9	-2	0.78
20	Greece	1322	-1260	15	10	0.75

**Fuente: TRADE MAP**  
**Elaboración: CICO-CORPEI**

### **1.3.2. Producto**

Es importante conocer que la calidad del sombrero de paja toquilla, como producto confeccionado, depende del tiempo empleado en la elaboración y en la fibra utilizada, siendo la más fina la de mejor calidad. Actualmente se ofrece una gama de productos de toquilla en extensión, confeccionándose accesorios como bolsos, boinas, botellas, mochilas, y carteras de muy buena calidad.

Entre los accesorios clásicos están las mochilas y carteras en cuero y paja toquilla en colores oscuros. También hay sombreros de ala ancha con tejidos llamativos, con los que han sido fotografiados artistas como Jennifer López, Julia Robert, Salma Hayek, Luis Miguel, Joaquín Sabina y actores como Brad Pit, y Johnny Deep.

Los sombreros que se ofrecen con estándares de calidad tienen las siguientes características:

- Variedad de diseños
- Accesorios para el sombrero de paja palma
- Calidad y finura del sombrero
- Estandarización (tamaños, tejido y acabados)
- Color
- Empaque
- Marca

Valor diferenciado del producto ofrecido con respecto a otros ya existente.

- La calidad de la paja con los diseños del mercado existente
- Calidad del tejido

- Colores naturales
- Precio del producto
- Característica del producto como fibra vegetal



**Figura 21. Acabados de sombrero de paja toquilla**  
**Fuente: MonteEcuadorHat**

La calidad depende de los procesos principales en su confección, como son el tejido y blanqueo. La mejor manera de calibrar la calidad de la estructura es contar el número de fibras por pulgada cuadrada. Menos de 300 serían consideradas de baja calidad. Los más raros y más costosos tienen de 1.600 a 2.000 fibras por pulgada cuadrada, y son vendidos a precios muy elevados.

### **1.3.3. Generalidades de exportaciones.**

China es el principal país exportador de sombreros a nivel mundial con 48% de participación, del periodo entre los años 2006 - 2008. El segundo exportador de este producto, es Italia con 9% de participación en el contexto mundial, seguido muy de cerca por México, USA y Reino y unido con 5% y 4% respectivamente y 3% para Hong Kong.

Las tres cuartas partes de la producción mundial de este tipo de sombrero se fabrican en las provincias de Azuay y Cañar; los de renombre se fabrican en Montecristi y Jipijapa. Los

principales países de destino de sus exportaciones son Reino Unido, Francia, Alemania, España, Italia.

En el libro, “Cuenca, Patrimonio Mundial” se interpreta que de las productoras, cinco eran cuencanas: Daniel Octavio Barrera, Casa Heredia Crespo, Rafael Ramírez, Alberto León Almeida, y Enrique Jara & Cía. Las otras cinco eran extranjeras con sus representantes en Cuenca: Brando Hat Co., Ernesto French, Emenco S.A., Lukaiser Corp. S.A., y Kart Dorfzaun. (Rodrigo López, 1953)

No se conoce el número de artesanos dedicados a este tipo de artesanía, aunque se estima que hay más de dos millones de personas que se dedican, directa e indirectamente, a este sector artesanal en general.

Las exportaciones de productos fabricados con paja toquilla no han tenido una tendencia estable, se puede apreciar un crecimiento notable en el total de Toneladas métricas (TM) exportadas por Ecuador en el año 2000 en comparación con los años posteriores, y en cuanto al total de miles de dólares, el año 2010 se alcanza un nivel más alto.

**Tabla 3. Exportaciones Ecuatorianas de productos de paja toquilla. Año 2000 al 2010**

<b>EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE LA PARTIDA 6504000000 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de paja toquilla. 2000-2010 (TM y Miles USD)</b>		
<b>Totales por año</b>	<b>TM</b>	<b>Miles USD</b>
2000	86,52	572,72
2001	19,71	459,71
2002	23,71	502,19
2003	21,03	516,92
2004	17,64	609,91
2005	21,82	702,13
2006	63,54	625,5
2007	20,73	714,7
2008	24	1167,34
2009	32,11	2137,21
2010	48,02	3369,13

**Fuente: Escuela Superior Politécnica del Litoral**

Los últimos años han marcado un incremento notable en las exportaciones ecuatorianas del sombrero; lo cual, ha permitido el reconocimiento y la propagación del uso de esta prenda en el exterior, en donde es fácil ubicarlo a diferentes niveles de precios de acuerdo a la contextura y al grado de calidad.

Las exportaciones del sombrero de paja toquilla a partir del siglo XIX son de 500.000 unidades anualmente.

Alicia Ortega, presidenta de una empresa familiar en Cuenca, indica que nunca un sombrero es igual a otro, porque son hechos a mano. Su empresa exporta 216.000 unidades anualmente a 28 países, principalmente de América.

“El 95 % de los sombreros de paja toquilla se exportan desde Ecuador y son adquiridas por países como Kazajistán, Turquía, Siria, Japón, China, Australia, Italia, Alemania, España. Del 100% de la producción nacional, el 95 de los sombreros de Ecuador se elaboran en Cuenca, y el 2% es elaborado en Montecristi”.(Directiva de Homero Ortega e hijos)

Es importante resaltar que la paja toquilla no solo sirve para la elaboración de una infinidad de sombreros, sino que también se transforma en elegantes ramos de flores, bolsos de moda, monederos e incluso vestido de novia.

#### **1.3.4. Organizaciones**

“El desarrollo humano, como enfoque, se ocupa de lo que yo considero la idea básica de desarrollo: concretamente, el aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven, que es sólo una parte de la vida misma”.

**Prof. Amartya Sen**

Profesor de Economía, Universidad de Harvard  
Premio Nóbel de Economía, 1998

El tema que se desarrolla a continuación tiene como objeto de análisis a los sujetos portadores de un saber ancestral, que se constituye en el pilar fundamental de la producción de artesanías tejidas con paja toquilla: *sus tejedores y tejedoras*. Para analizar su situación se tomará como referencia la concepción de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas.

Este organismo concibe el desarrollo como “*Proceso mediante el cual se busca la ampliación de oportunidades para las personas, aumentando sus derechos y sus capacidades*”. Este proceso incluye varios aspectos de la interacción humana como la participación, la equidad de género, la seguridad, la sostenibilidad, las garantías de los derechos humanos y otros que son reconocidos por la gente como necesarias para ser creativos y vivir en paz. Para el PNUD “*las personas son la verdadera riqueza de las naciones*”, Bajo esta concepción señala como estrategias privilegiadas:

- Importancia de las particularidades locales y culturales para diseñar los programas de desarrollo más adecuados.
- Participación de las personas en la vida pública (diseño y aplicación de políticas públicas) como factor central en esta forma de entender el desarrollo, pues así se puede detectar sus demandas y aspiraciones.
- Articulación de esfuerzos y avances en todos los ámbitos, con carácter integral y transdisciplinar.
- Acción complementaria de los diferentes sectores sociales para promover avances en el desarrollo humano: económico, social y político; incluyéndose los múltiples actores del desarrollo para articular lógicas de acción colaborativas entre ellos.

El Desarrollo Humano es un paradigma o cosmovisión que permite contextualizar a los sujetos sociales en sus espacios vitales y en la calidad de su entorno, ya no solo determinado por la satisfacción de necesidades materiales sino también incorporando aquellas que tienen que ver con la calidad de relaciones sociales y estructuras de acogida en las que desarrolla su vida, sus valores humanos y espirituales, sus capacidades y potencialidades.

Amartya Sen es uno de los teóricos contemporáneos que más influencia ha ejercido sobre las actuales concepciones sobre Desarrollo Humano de las Naciones Unidas. Ha contribuido con la elaboración de los **Índice de Desarrollo Humano**, con los que el

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, realiza los informes anuales a nivel global y a nivel de países.)

Para Sen, «El desarrollo humano es un proceso mediante el cual se ofrece a las personas mayores oportunidades.» Desde esta perspectiva, considera que las **oportunidades** están en relación directa con el desarrollo de **capacidades**. (Sen, 2000)

Para Sen el desarrollo tiene que ver, esencialmente con:

- las cosas que las personas pueden realmente **hacer** o **ser** (los llamados *funcionamientos*)
- las *capacidades* de que disponen, entendidas como las oportunidades para elegir y llevar una u otra clase de vida.

Por tanto, considera que una sociedad es desarrollada cuando pone énfasis en las capacidades de sus ciudadanos y ciudadanas para que puedan optar con libertad por oportunidades para su desarrollo. Ese es el sentido de una sociedad desarrollada para Sen: **el desarrollo es el camino hacia una libertad mayor para poder ser.**

Contrastando con esta concepción, se constata en nuestros países latinoamericanos que los sectores pobres reciben un trato desigual en la sociedad y no tienen acceso a las mismas oportunidades. De esta manera se repite un **círculo fatal para sus vidas**: esas condiciones contribuyen a perpetuar la pobreza humana y la exclusión social se acentúa cuando se acompaña de otros factores como el género, el grupo étnico y la edad.

De los análisis de Sen se puede deducir que la pobreza obstaculiza el ejercicio de los derechos humanos, puesto que las privaciones experimentadas por los pobres impiden que éstos puedan, deliberadamente, decidir entre opciones de vida y oportunidades sociales.

Para evaluar el bienestar individual, Sen considera que los recursos disponibles no proporcionan suficiente información porque su aprovechamiento varía según circunstancias personales como la edad o la salud, y socio-culturales como la educación o el capital social.

Y definitivamente destierra concepciones de desarrollo que toman como medida de referencia al Producto Interno Bruto e Ingreso Per cápita, puesto que disfrazan las grandes inequidades entre los pocos que más concentran riqueza y los muchos que menos reciben de la riqueza de una nación.

Es lamentablemente el caso de los sujetos esenciales de la producción de tejidos de paja toquilla; para quienes, la comercialización de la artesanía en las condiciones actuales de funcionamiento del mercado, no representa una alternativa económica para superar los indicadores de pobreza. Los/las tejedoras se encuentran con límites estructurales que determinan que *individualmente* jamás podrían dinamizar la actividad y su propia economía familiar, si no se organizan y se les otorga apoyo para abrirles oportunidades en el mercado sin la explotación de los intermediarios.

Al respecto, el investigador Patricio Carpio señala que:

El mercado en el que se encuentran insertas se desenvuelve entre la tradición y la modernidad, en la primera se encuentran las tejedoras y el mercado local y en la segunda los exportadores y el mercado internacional; su estructura está signada por una compleja red de intermediación piramidal donde la base está constituida por miles de tejedoras individuales y la cúspide por una veintena de casas exportadoras.

Para Carpio, la posibilidad de una mejor rentabilidad del trabajo artesanal para las tejedoras se ve confrontada con los intereses que los distintos actores de la cadena mantienen, pues cada sector busca para sí un mejor rendimiento para sus inversiones, así las tejedoras acuden a un mercado sobre el cual no tienen poder ni control.

Como alternativa se plantea; y, de hecho, muchas tejedoras ya lo han hecho, emprender la organización bajo los objetivos primordiales de insertarse directamente en el

mercado para mejorar la rentabilidad del trabajo, obtener utilidades, lograr autonomía y defender la tradición de sus antepasados.

De allí la necesidad imperante que instituciones de cooperación y del gobierno local y nacional desarrollen programas para sostener procesos organizacionales de producción y comercialización de artesanías de artesanías de toquilla libres de precarización laboral. Esto implicaría impulsar el desarrollo integral de artesanos del país mediante la asesoría y capacitación adecuada para la creación de microempresas que generen productos de calidad que se convierten en una fuente de trabajo.

Cabe resaltar que las principales organizaciones de tejedoras de paja toquilla se encuentran en las provincias de Azuay y Cañar., entre las que se destacan las siguientes asociaciones. María Auxiliadora, San Martín de Puzhio, Centro Agroartesanal Chordeleg.

Otro grupo importante en la producción del sombrero de paja toquilla y el originario de este saber, se encuentra en Pile y en Montecristi, Provincia de Manabí. Ellos producen sombreros con la calidad más reconocida en el mercado por su textura y excelente calidad. De estos artesanos/as salen los sombreros Finos, Extrafinos, y Superfinos.

Sin embargo, de este grupo existe muy poca información sistematizada, no así de las provincias de la Sierra donde el historiador Luis Monsalve Pozo en 1944, hacia conocer la siguiente información:

Los tejedores en un 95%, son mujeres que provienen de dos sectores: uno campesino y otro urbano. Las primeras residen en los alrededores de los pequeños poblados de las provincias de Azuay y Cañar y se dedican a la tejeduría para poder subsistir, ya que la minúscula parcela de que es propietaria su familia, es insuficiente para proveer los bienes necesarios

mínimos para su supervivencia. Es una actividad impuesta por la miseria. Impuesta por el desigual reparto de la tierra.

Las tejedoras urbanas, según refiere Albornoz (2012), se encuentran domiciliadas en las ciudades de Cuenca y Azogues; y, son esposas de obreros o mujeres con numerosos hijos de padre desconocido. Además, aclara el autor, no son trabajadoras accidentales; sino que viven de esa ocupación. Su número pasa de diez mil personas en las dos ciudades.

Lo expuesto corrobora la necesidad de identificar estrategias que posibiliten la organización de las tejedoras como parte de la identidad del sombrero nacional con un plus ecológico y libre de explotación laboral, de manera que se genere avances en procesos de sostenibilidad social, económica, y de permanencia en el mercado nacional e internacional; a partir de aprendizajes para nuevas perspectivas de desarrollo local y territorial.

## CAPITULO II

### DIAGNOSTICO SOBRE IDENTIDAD DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA

#### 2.1. Percepción ciudadana

El presente capítulo recoge el análisis de los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas. El producto esperado es contar pautas que permitan visualizar posibles estrategias de posicionamiento de la identidad del sombrero ecuatoriano de paja toquilla.

- El 69% de las personas encuestadas manifestó no usar sombrero de paja toquilla; el 31% señaló haberlo usado por lo menos en alguna ocasión, lo que arroja un promedio de 3 de 10 ecuatorianos que han usado dicho accesorio.
- La playa es el lugar donde más se usa, un 45% de los encuestados manifestó esta opción. La segunda opción, con un 23% , quedó el uso por moda. Este resultado da la pauta de que se pueden poner centros de información en los principales balnearios del país para incentivar el uso del sombrero y dar a conocer su importancia a los visitantes.
- En relación al origen un 68% manifestó que el país originario es Ecuador; sin embargo un importante 32% señaló que era Panamá.
- En relación a las provincias donde se tejen y producen sombrero el 38% y 31% indicaron Azuay y Manabí, respectivamente. Estos datos permiten afirmar que como cultura general los ecuatorianos no saben específicamente donde se produce el sombrero de paja toquilla.
- En relación a la calidad, el 89% respondió que es excelente; lo cual es un indicador de que se los asocia como un producto de prestigio.

- En relación a la promoción, un 57% de las personas encuestadas manifestó que internet es la mejor alternativa; y, el 100% dijo estar de acuerdo con que el Ministerio de Turismo inicie la promoción.

## **2.2.Percepción de expertos.-**

Las expertas entrevistadas aportaron las siguientes pautas para la generación de procesos identitarios del sombrero ecuatoriano de paja toquilla:

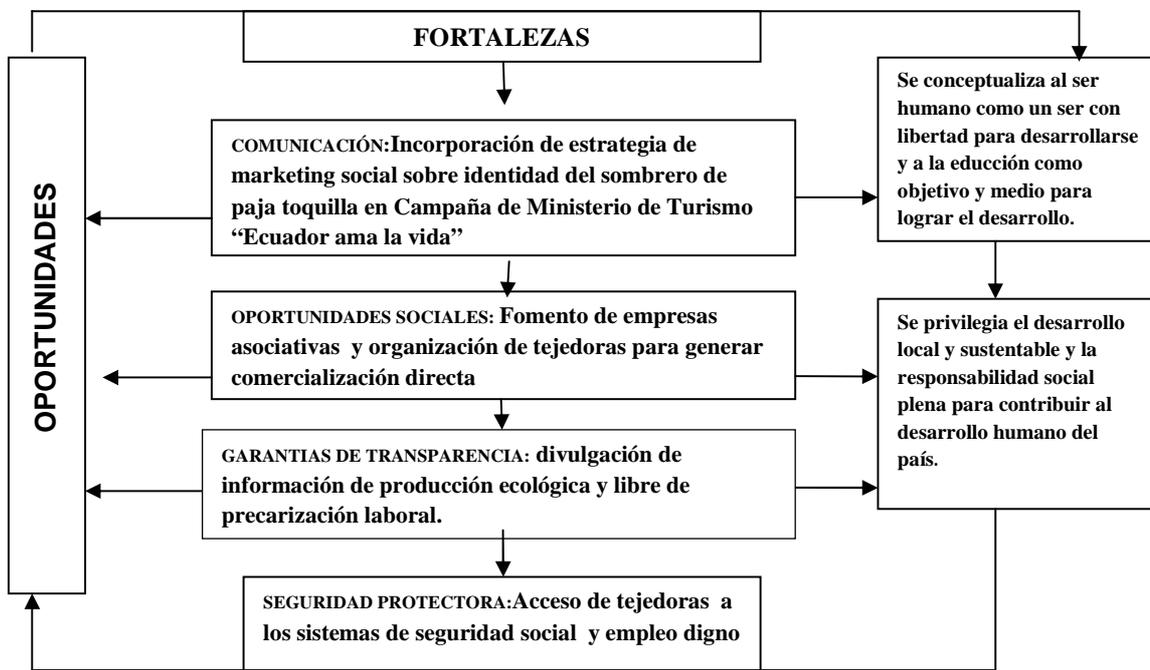
- Implementar una estrategia comunicacional de cómo se elabora el sombrero y su historia, ante la tendencia mundial de respeto hacia los productos elaborados a mano.
- Desde el punto de vista empresarial no se ve la conveniencia de que el sombrero se lo comercialice como Ecuadorian Hat, pues se teme división del mercado.
- Frente a la competencia se afirma que la genuina producción en calidad del sombrero ecuatoriano, determina que no tenga competencia a nivel mundial y que solo por este hecho, la identidad esta lograda en el mercado.
- Se ve como amenaza la exportación de sombreros semi terminados, pues se pierde la identidad ecuatoriana al vendérselos como originarios de otros países y con otras marcas.

Los resultados señalados y el aporte de la información especializada investigada, permite establecer el siguiente análisis de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas (FODA)

### 2.3. Análisis FODA sobre posicionamiento e identidad del sombrero de paja toquilla en el mercado mundial

<p style="text-align: center;"><b><u>FORTALEZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artesanía producidas mediante trabajo manual y saber ancestral</li> <li>• Producción ecológica al no generar contaminación</li> <li>• Reconocimiento del sombrero ecuatoriano de paja toquilla como el de más alta calidad.</li> <li>• Oferta de diferentes formas del sombrero de paja toquilla, hechos con materia prima de óptima calidad.</li> <li>• Producto único y genuino. Autenticidad del sombrero de paja toquilla.</li> <li>• Capacidad de artesanos del país de realizar diseños exclusivos para diferentes clientes, dependiendo de sus gustos</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>OPORTUNIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento en el mundo de tendencia de adquirir productos artesanales, ecológicos y libres de explotación laboral.</li> <li>• Reconocimiento por parte de la UNESCO del tejido de paja toquilla como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.</li> <li>• Iniciación de Plan de Gobierno para posicionar identidad del sombrero de paja toquilla.</li> <li>• Existencia de programa gubernamental para garantizar transferencia de conocimiento sobre el tejido a nuevas generaciones.</li> <li>• Existencia de programa de asociatividad de tejedoras para exportar sin intermediarios.</li> <li>• El internet y redes sociales como forma de comunicación en el siglo XXI</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>DEBILIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca capacitación de artesanos para producir diseños acordes a la vanguardia de la moda y tendencia del mercado internacional.</li> <li>• Pocas marcas nacionales posicionadas en el mercado interno e internacional.</li> <li>• Comercialización del producto como Panamá Hats</li> <li>• Existencia de pirámide de comercialización que genera precariedad laboral en las tejedoras.</li> <li>• Pocos jóvenes continuando con la tradición familiar y saber ancestral.</li> <li>• Precio muy elevado en comparación a la competencia, que ofrece sombreros de imitación.</li> <li>• Débil estrategia de marketing a nivel de gobierno para fomentar la autenticidad</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>AMENAZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento en el mercado mundial del sombrero ecuatoriano con el nombre de Panamá Hat.</li> <li>• Discontinuidad de política de promoción de identidad del sombrero y apoyo a las tejedoras, ante un posible cambio de gobierno.</li> <li>• Deforestación y amenazas ecológicas que pongan en peligro la producción de la materia prima.</li> </ul>

### 2.3.1. Matriz de interacciones y estrategias



Cuadro elaborado por Augusto Espinoza Mendoza, 2012

La matriz propuesta permite sustentar las estrategias generadoras de identidad y posicionamiento en el mercado del sombrero ecuatoriano de paja toquilla, desde las dimensiones de Desarrollo Humano de Naciones Unidas, considerando la existencia de nuevas responsabilidades ciudadanas con respecto al espacio local, a la nación y al planeta. Y, considerando el perfil de un estudiante graduado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que declara como su misión *“formar personas competentes y profesionales socialmente responsables para el desarrollo sustentable del país, inspirados en la fe cristiana de la Iglesia Católica”*.

## CAPITULO III

### ESTRATEGIAS DE PROMOCION DEL SOMBRERO ECUATORIANO DE PAJA TOQUILLA

En el presente capítulo se seleccionan y fundamentan estrategias destinadas a difundir la procedencia de los sombreros elaborados con materia prima y manos ecuatorianas, a fin de recuperar su identidad.

En concordancia con el marco teórico, éstas tributan a una propuesta integral enfocada desde el paradigma de desarrollo humano. Integral, porque se consideran aspectos relacionados con el respeto a la naturaleza, los derechos de las tejedoras, la organización y participación en torno a una mejor y más equitativa distribución de los ingresos, la educación y desarrollo del talento humano.

#### **3.1. Una propuesta que comunique productos sociales.-**

La identidad de sombrero de paja toquilla ecuatoriano, de acuerdo al presente planteamiento, va más allá de una campaña de marketing. Conlleva una serie de compromisos y responsabilidades en alianza entre distintos actores: productores y recolectores de la materia prima, tejedores/as, estado, empresas; a fin de generar **productos sociales** que puedan ser comunicados a nivel mundial.

Los procesos propuestos son:

- Generación sustentable de la materia prima
- Organización de emprendimientos sociales por parte de tejedoras
- Sistema de seguridad social y empleo digno para las tejedoras
- Sistema de responsabilidad social por parte de empresas comercializadoras del producto.

- Desarrollo del talento humano y transferencia del saber ancestral del tejido de toquilla a las nuevas generaciones.

La implementación de procesos de esta naturaleza permitiría al gobierno ecuatoriano poner en marcha una Campaña de Marketing que promocióne al **sombrero de paja toquilla como un producto social**, que al ser adquirido, encierra los siguientes valores sociales:

- Se fomenta la artesanía y el arte, al ser cada ejemplar un tejido único
- Se contribuye la equidad de género al ser las tejedoras en su mayoría mujeres.
- Se obtiene un producto libre de precarización laboral al existir empresas y políticas gubernamentales que institucionalicen la responsabilidad social.
- Se obtiene un producto ecológico porque la materia prima se produce en forma sustentable
- Se obtiene un producto que forma parte de un saber ancestral y que es patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

Por lo tanto, quien adquiera un sombrero ecuatoriano de paja toquilla, más allá del valor monetario, estará interactuando con valores humanos y los estará fomentando.

Una propuesta de esta naturaleza, afianzaría los bienes colectivos, en este caso el saber ancestral del tejido de paja toquilla; y, afianzaría los niveles de participación social, al incrementarse las capacidades de las organizaciones sociales de las tejedoras.

## Valores intrínsecos en la adquisición de un sombrero ecuatoriano de paja toquilla



Fomento de la artesanía y el arte

Fomento de empleo digno y solidario y equidad de género.

Fomento de desarrollo sustentable

Preservación de saber ancestral

Contribución al desarrollo de los pueblos.

La propuesta de promoción de la identidad del sombrero ecuatoriano se centra en dos vertientes:

- la promoción de una idea: el respeto a los derechos de las tejedoras y los derechos de la naturaleza.
- La promoción del uso de un sombrero genuino que encierra arte y valores sociales

### **3.2. Políticas para implementar propuesta de promoción integral del sombrero ecuatoriano de paja toquilla.-**

Una información transparente comunica realidades. Por lo tanto, la presente propuesta podrá ser realidad si desde el estado ecuatoriano se continúa fomentando políticas en torno a la preservación del saber ancestral y a la organización y participación de las tejedoras en los procesos de comercialización y exportación del producto. Incorporándose también, la sustentabilidad en la cosecha de la materia prima.

Esto implica, como señala la Cátedra de Turismo Cultural de la UNESCO, que se cuente con una autoridad rectora de políticas de conservación, sustentada en el principio de que es un deber y obligación de todos. Indudablemente este rol debe ser asumido por el estado ecuatoriano.

Solo el manejo cuidadoso y sustentable, puede asegurar un éxito equilibrado y permitir que se trascienda el valor patrimonial para pasar a una dimensión auténticamente social donde confluye el aspecto económico, estético, histórico y cultural, con aspectos como el equilibrio social, la inclusión, la autenticidad, el respeto por la diversidad cultural y la pluralidad, la participación de los actores sociales, los derechos humanos, la seguridad y el fortalecimiento de los valores éticos. Esto significa abordar la problemática del patrimonio con una dimensión absoluta y auténticamente humana. (Gómez 2012)

De acuerdo con esta propuesta el estado ecuatoriano debería implantar las siguientes políticas:

- Producción sustentable de la paja toquilla: lo cual, también iría de la mano con el principio de generación de empleo digno y solidario, si se fomenta la cosecha en parcelas y fincas de comuneros y un precio justo del producto.
- Campaña al interior del país que fomente el valor a nuestros ancestros y a la herencia cultural para las futuras generaciones.
- Considerando el planteamiento de De Souza, fomento de estrategias de coordinación con municipalidades para potenciar el desarrollo local mediante la activación redes de emprendimiento que viabilicen otras formas de desarrollo sustentadas en la participación y exportación directa de las tejedoras.

Este último planteamiento viene siendo desarrollado por el Programa Pro Ecuador con la Asociación de Tejedoras María Auxiliadora de Cuenca; sin embargo, la idea es que se convierta en una política de estado a gran escala, considerando que el número aproximado de tejedoras es de 10.000 y la Asociación mencionada cuenta con 200 socias.

De esta manera se estaría contribuyendo al Plan de Desarrollo del Buen Vivir al poner a los sujetos sociales, en este caso, las tejedoras, sus familias y pueblos, como el centro del desarrollo social, al fomentarse relaciones armónicas entre los seres humanos con la naturaleza y la vida comunitaria.

### **3.4. Conclusiones**

La identidad cultural se concibe como una estrategia destinada a preservar y proteger el patrimonio cultural, como defensa cultural frente a la expansión de otras, para protegerse de los embates foráneos y mantener vivos los auténticos modos de comportamiento de los pueblos.

Desconocer el valor histórico y cultural de nuestro sombrero y su tejido como oficio ancestral manabita, extendido a otras provincias, es como querer borrar la historia. Realizando un rastreo de fuentes documentales en archivos y bibliotecas, en publicaciones periódicas, está plenamente reconocido nuestro sombrero como debe ser, con su denominación de origen “sombrero de Jipijapa”.

Es importante mencionar que en las expresiones populares y folclóricas, descansa gran parte de la personalidad de un pueblo; y es que en todo proceso cultural la tradición representa la raíz de su actividad, siendo la tradición en donde se asientan los valores que caracterizan la cultura de ese pueblo.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, el sombrero de paja toquilla nació en tierras ecuatorianas y se ha constituido como una tradición ancestral para gran cantidad de

familias quienes hasta el momento mantienen el mismo proceso para su elaboración, por tal motivo es necesario hacer conocer a la población en general mediante documentales o reportajes realizados con los pobladores y artesanos en las diferentes regiones donde se elaboran estos sombreros los que podrían ser transmitidos por televisión en horarios específicos para lo cual se podría entablar contacto con la Subsecretaría Nacional de Comunicación quien tiene como uno de los objetivos “Velar que la comunicación social aporte efectiva y eficientemente al desarrollo de la gestión productiva, cultural, educativa, social, política y de desarrollo del país.”.

### **3.4. Recomendaciones.-**

#### **Concienciar sobre el uso del sombrero de paja toquilla**

Se recomienda organizar ferias del sombrero en las principales ciudades del Ecuador en donde existe gran afluencia turística ya sea nacional o internacional, de tal manera que los fabricantes y exportadores puedan dar a conocer las bondades de los sombreros, su elaboración y acabado mediante stands, videos, teatro en vivo, manualidades, etc., en este caso habría que coordinar con el Ministerio de Turismo quienes a su vez podrán aportar de gran manera con esta iniciativa en vista de que buscan fomentar el turismo del nuestro país destacando nuestra pluriculturalidad.

Otro mecanismo recomendado sería promover el uso de los sombreros de paja toquilla mediante afiches, dípticos, artículos en los periódicos más populares del país, revistas reconocidas y varios medios escritos en donde se describa su utilización y beneficios sobre todo en esta época de calentamiento global en donde los rayos ultravioleta afectan enormemente a la piel tan delicada como es la del rostro o cara promoviendo la adquisición en los lugares de orígenes , así mismo se podría solicitar la colaboración del Ministerio del Ambiente y del Ministerio de Salud Pública para obtener un mayor aporte.

### **Fomentar asociatividad.-**

Es necesario fomentar esta estrategia para que los pequeños artesanos formen una organización, se capaciten y desarrollen habilidades para que puedan vender el producto elaborado, y sea de mucha rentabilidad para su familia y mejoras del nivel de vida.

Para aumentar el nivel de competitividad se crea un modelo llamado Asociatividad, el cual une a varias empresas del mismo sector y con las mismas características para que puedan estructurar nuevos procesos capaces. Éste nuevo modelo no significa una unión legal ni económica, más bien netamente comercial en pro del bienestar de la industria.

En Ecuador existen algunas poblaciones que se dedican a la producción de todo lo concerniente a la paja toquilla, tales como Barcelona, Sinchal, Febres-Cordero, Libertador Bolívar, Dos Mangas, Cadeate, Santo Domingo, Manglaralto, y Montañita.

Las empresas que existen en Ecuador dedicadas a la producción del sombrero de paja toquilla son Ecuandino Corp. S.A. y Homero Ortega, las mismas que han visto la gran demanda y haciendo eco de esta oportunidad, han dado inicio al aprovechamiento del mercado latente y se han venido educando en la perfección del proceso de producción del sombrero de paja toquilla.

Las empresas o grupos minoristas que deseen asociarse como parte de la estrategia a implementar, podrán actuar y participar de forma honesta entre los grupos, brindando confianza al dar a conocer sus técnicas, avances tecnológicos, sobresaltando que al estar unidos podrán tener mayores oportunidades de entrar en el mercado global, y así buscar el reconocimiento internacional.

Con ello se comparten recursos, claro está corriendo el riesgo de la salida y el ingreso voluntaria de algún miembro que desea realizar dicha acción.

Las ventajas son la producción a gran escala, reducir costos de producción, se comparten tecnologías, se tiene un reconocimiento internacional, aumenta el poder adquisitivo de los

empresarios, se generan ingresos a nivel país, la balanza comercial mejora notablemente, mayores fuentes de ingresos; con ello se quiere conseguir un mejor enfoque del proceso de globalización, buscando el liderazgo internacional, con ello obtener la confianza en los artesanos llegando a formarse como empresarios.

Muchas suelen ser las dificultades a la hora de asociarse como es la desconfianza empresarial, no contar con liderazgo, modelos empleados por otras corporaciones. De allí, la propuesta del estado ecuatoriano de apoyar estos procesos mediante el Programa Pro Ecuador.

### **Fomento de Mercado local, turístico y de exportación**

En el mercado local la adquisición de los sombreros de paja toquilla es baja, básicamente usan el sombrero para uso personal y tiende a ser usado por personas mayores de edad, personas que trabajan expuestos al sol especialmente el campo y en muy poca proporción la clase media alta como accesorio de vestir para alguna ocasión especial, por lo que se recomienda una estrategia de marketing que fomente su uso como moda y protección de rayos solares en las nuevas generaciones

En el mercado turístico los consumidores son extranjeros. Se debe fomentar el turismo cultural, de manera que ellos puedan visitar organizadamente diversos destinos de producción del sombrero de manera que lo adquieran siendo directamente por el artesano.

Se debe atender el mercado ecológico y de sensibilidad de consumo de productos libre de explotación laboral. Específicamente a este sector económicamente activo hay que enfocar esfuerzos, teniendo en cuenta que existen cientos de familias trabajando mancomunadamente en mantenerse en este mercado competitivo, a quienes hay que orientar respecto del mercado a donde va este producto.

### **Incorporación de normas y control de calidad**

Para el sombrero de paja toquilla no existe un procedo específicamente definido, pues su elaboración ha sido una tradición que ha pasado de padre a hijo. Los artesanos al elaborar cada sombrero realizan su propio control de calidad para garantizar que esté en excelentes condiciones, evitar rechazos y por ende perder dinero.

A pesar de ello es necesario definir la mejor calidad del sombrero teniendo en cuenta la textura, color, calidad de material, mano de obra, etc. para ello se podría unificar conocimientos entre los artesanos de mayor renombre quienes orientarían y guiarían sobre la mejor manera de conseguir un producto final de excelencia

### 3.5 Determinación del costo de la investigación

Tabla 4: Costo de la Investigación.

#### Costo de la Investigación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Suministros de oficina		\$ 150,00	\$ 150,00
Toner Impresora	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Efectivo			\$ 200,00
Gastos varios Entrevista		\$ 65,00	\$ 65,00
<b>INVERSION TOTAL:</b>			<b>\$ 555,00</b>

Fuente: Elaboración propia por el tesinante

Tabla 5: Balance inicial.

## BALANCE INICIAL

AL 1 DE ENERO DEL 2011

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>Activos Corrientes</b>	\$	255,00	<b>Pasivo Corriente</b>
Caja	\$	255,00	\$ -
			-
<b>Activos Fijos</b>	\$	<b>300,00</b>	<b>PATRIMONIO</b>
Suministros de oficina	\$	300,00	Capital
			\$ 555,00
-			
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$</b>	<b>555,00</b>	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>
			<b>\$ 555,00</b>

Tabla 6: Sueldos

## SUELDOS

Descripción del cargo	Honorarios	Meses	Total
Encuestador	\$ 175	1	\$ 175
Director de Proyecto	\$ 1.250	1	\$ 1.250

*\*Ambos pagos a realizarse por servicios profesionales*

Fuente: Elaboración propia por el tesinante.

Tabla 7: Presupuesto

**PRESUPUESTO**

GASTOS				INGRESOS	
<b>Profesionales</b>				<b>Ingresos</b>	
Descripción	Cantidad	Valor	Subtotal	Precio de venta del proyecto	\$ 3.750,00
Directora del Proyecto	1	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00		
Encuestador	1	\$ 175,00	\$ 175,00		
<b>Total Profesionales</b>			<b>\$ 1.425,00</b>	<b>Total Profesionales</b>	<b>\$ 3.750,00</b>
<b>Movilización</b>					
Descripción	Cantidad	Valor	Subtotal		
Transporte terrestre	45	0,25	\$ 11,25		
Transporte aéreo	2	130	\$ 260,00		
Viáticos	100	1	\$ 100,00		
<b>Total Movilización</b>			<b>\$ 371,25</b>		
<b>Material para informes</b>					
Descripción	Cantidad	Valor	Subtotal		
Papelería	80	1	\$ 80,00		
Impresiones	500	0,1	\$ 50,00		
Anillados	5	3	\$ 15,00		
Copias	600	0,01	\$ 6,00		
<b>Total material para informes</b>			<b>\$ 151,00</b>		
<b>Subtotal</b>					
			\$ 1.947,25		
<b>Imprevistos</b>					
			\$ 100,00		
<b>Costo Total</b>					
			\$ 2.047,25		
<b>Inversión Inicial</b>					
			\$ 345,00		
<b>Presupuesto Total</b>			<b>\$ 1.702,25</b>		
				<b>Ingresos</b>	
				\$ 3.750,00	
				<b>Presupuesto Total</b>	
				\$ 1.702,25	
				<b>Ganancia / Utilidad</b>	
				\$ 2.047,75	

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### RESULTADOS DE ENCUESTA SOBRE PERCEPCION DE ORIGEN Y USO DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA

#### Rango de edades

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Entre 15 a 25 años	165	41%
26 a 35 años	100	25%
De 36 a 64 años	135	34%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

#### Uso de sombrero de paja toquilla

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	124	31%
NO	276	69%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

### Ocasiones en que usa el sombrero de paja toquilla

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Para la playa	56	45%
Para protegerse del sol	29	23%
Por moda	32	26%
Otros	7	6%
<b>TOTAL</b>	124	100%

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

### País originario del sombrero de paja toquilla

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Panamá	127	32%
Ecuador	273	68%
<b>TOTAL</b>	400	100%

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

Provincia en donde se produce el sombrero de paja toquilla.

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
Esmeraldas	13	10%
Morona Santiago	11	9%
Azuay	48	38%
Manabí	39	31%
Cotopaxi	10	8%
Napo	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

### Calidad del sombrero de paja toquilla

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
Excelente	356	89%
Muy buena	35	9%
Buena	9	2%
Mala	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

**Promoción de autenticidad del sombrero de paja toquilla  
Por Ministerio de Turismo**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
SI	400	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

**Publicidad para promover la autenticidad del sombrero**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
Internet	228	57%
Vallas Publicitarias	40	10%
Televisión	19	5%
Radio	15	4%
La Prensa	19	5%
Volantes	79	20%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta 2012  
Responsable: Augusto Mendoza

## **ANEXO 2**

### **ENTREVISTAS**

**Entrevista realizada a Carol Denford, propietaria de la revista “The Hat Magazine” de Inglaterra, el 02 de Noviembre del 2012.**

**1.- Desde su experiencia, ¿cuál considera que son las mejores estrategias para recuperar la identidad de los sombreros ecuatorianos de paja toquilla?**

Yo pienso que deben tratar de decírselo al mundo de alguna manera fácil de entender sobre cómo se elabora el sombrero y su historia. Actualmente existe una tendencia mundial sobre el respeto hacia los productos elaborados a mano, por eso es más sencillo transmitir el mensaje ahora.

Hace poco tuve una reunión con Joseph (Garzozzi) y él me indicó que quiere empezar un grupo internacional de educación cada dos años para desarrollar el conocimiento sobre los sombreros, invitando a personas de todo el mundo a un gran festival. Este tipo de estrategias pueden ayudar a difundir la identidad de sus sombreros.

**2.- ¿Conoce de algún otro caso en alguna parte de mundo relacionado con la pérdida de identidad de un producto?**

Sí, en las Filipinas pasa algo similar, ellos producen un hilo que nadie más lo produce. Nunca ha sido diseñado en el país y exportan los productos semi terminados a marcas internacionales. En realidad ellos están en una posición peor a la de ustedes ya que para ellos es más difícil obtener el reconocimiento. Ellos están un paso detrás de ustedes.

**3.- ¿Que piensa acerca de las empresas ecuatorianas que venden los sombreros ecuatorianos de paja toquilla como Panamá Hats?**

He pensado mucho acerca de esto y sé que muchos creen que el sombrero debería llamarse Ecuadorian Hat pero siempre he pensado que si cambias algo, habrá personas que le guste lo nuevo y otras que les guste lo anterior. Si cambian el nombre pueden dividir su mercado.

Por ejemplo, si ustedes llaman a su sombrero Ecuadorian Hat, seguramente China muy rápidamente anunciará que elaboran Panama Hats y esto tendría consecuencias negativas para el Ecuador debido a que perderían mercado. Pienso que es muy tarde para cambiar el nombre, esto debió hacerse hace mucho tiempo atrás.

**4.- ¿Qué opina acerca de que otros países cultiven la planta de paja toquilla, elaboren el sombrero y los vendan como Panama Hats?**

No debería ser un problema para ustedes debido a que sus sombreros son únicos en calidad, historia y cultura. Solo deben seguir elaborando los mejores sombreros del mundo y no tendrán problema.

**Entrevista realizada a Alejandra Lecaro, gerente general de Ecu  
Andino.**

**1.- ¿Cuál es su percepción en relación al reconocimiento internacional de los sombreros ecuatorianos de paja toquilla?**

El origen del sombrero es conocido por las personas que están en el medio. Es decir los amantes de los sombreros, coleccionistas, importadores y algunos comerciantes. Hemos realizado encuestas en diferentes países de Europa y al tabularlas nos hemos dado cuenta de que cerca del 10% de los visitantes de estas ferias desconocían el origen de los Panama Hat.

**2.- ¿De qué manera afectaría a su negocio el vender los sombreros de paja toquilla sin usar el término Panama Hat?**

Tendría un impacto negativo debido a que el término Panama Hat ya está instalado en el mundo y seguramente perderíamos muchos clientes ya que otros países tendrían la ventaja de vender un producto que ya tienen un nombre reconocido desde hace muchas décadas atrás.

**3.- ¿En caso de que algún día el estado disponga una nueva ley en la que se prohíba la exportación de los sombreros ecuatorianos de paja toquilla que hagan relación al Panama Hat, estarían de acuerdo?**

Pienso que esto terminaría afectando en gran medida a las empresas ecuatorianas que exportan estos sombreros y que a su vez dan trabajos a miles de artesanos que se han dedicado a elaborar sombreros desde hace más de 50 años en algunos casos en diferentes provincias del Ecuador.

**4.- ¿Qué piensa acerca de que un 50% de las exportaciones de sombreros de paja toquilla sean como producto semi terminado? ¿De qué manera se ve afectado el país?**

Es muy perjudicial para nuestro país y para nuestra cultura ya que al exportar campanas (sombrero semi terminado) a otros países como China ocasiona que estos los adopten como propios al momento de venderlos. Les ponen etiquetas y bandas que indican que el producto fue elaborado en su país y no queda rastro en ellos de Ecuador.

## BIBLIOGRAFIA

Aguilar, M. (2009). *Tejiendo la Vida. Los sombreros de paja toquilla en el Ecuador*. Ecuador: Centro Interamericano de artesanías y artes populares.

Albornoz, O. (2012). Las tejedoras de sombreros de paja toquilla de Azuay y Cañar. Recuperado el 13 de diciembre 2012. Disponible en <http://kaosenlared.net/america-latina/item/39998-las-tejedoras-de-sombreros-de-paja-toquilla-de-azuay-y-ca%C3%B1ar.html>

Ander-Egg, E. (2003). *Métodos y Técnicas de Investigación Social II. La Ciencia: su método y la expresión del conocimiento científico*. Buenos Aires: Lumen.

Arévalo Rivera, M. (2004). *Un sistema de turismo para la promoción y difusión de los procesos y la producción de las principales artesanías del estado de Puebla*. Tesis Licenciatura. Diseño Gráfico. Colección de tesis digitales. Universidad de Puebla. Recuperado el 1 de diciembre 2012. Disponible en [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldg/arevalo\\_r\\_my/capitulo\\_1.html#](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/arevalo_r_my/capitulo_1.html#)

Bermudez V. Sombrero de paja toquilla. Guayaquil, Ecuador: Recuperado el d diciembre 2012. Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Sombrero\\_panam%C3%A1](http://es.wikipedia.org/wiki/Sombrero_panam%C3%A1)

Carrozza, A. (2001). *Agriturismo, en Scritti di Diritto Agrario*. Milano

Carrozza, A. (1999). *Agroturismo*. (Título de grado). Universidad de la República. Montevideo, Uruguay.

Carpio, Patricio. (2005). *Tejiendo un nombre. La experiencia de las mujeres artesanas de paja toquilla de Chordelég – Ecuador*. Cuenca. Fundación oficina de investigaciones sociales y del desarrollo

Cordero, J. (2011). *Diario El Mercurio*. Entrevista al director de la Academia Nacional de Historia.

Cordero, J. (2011). *Diario El Mercurio*. Un lugar en el Patrimonio busca sombrero de paja toquilla.

Chiluiza, V. & Rodríguez, M. (2003) "El sombrero de paja toquilla como atractivo cultural y su propuesta: La ruta del sombrero". (Título de grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral. Guayaquil, Ecuador.

De Sousa, J. Aprender Inventando desde lo local o morir imitando lo global. Red Pensar de Nuevo. Recuperado el 3 de diciembre 2012. Disponible en <http://pensardenuovo.org/aprender-inventando-desde-lo-local-o-perecer-imitando-desde-lo-global/>.

Diario El Mercurio. Carta de Artesanos del Azuay al Presidente Rafael Correa. Recuperado el 1 de diciembre 2012. Disponible en <http://www.elmercurio.com.ec/323391-artesanos-se-sienten-perjudicados-por-acciones-del-gobierno.html>

Garcés Aragón. (2002). Primera Conferencia Nacional Afrocolombiana. Recuperado el 4 de diciembre 2012. Disponible en <http://axe-cali.tripod.com/cepac/union-afro/comision-identidad-cultural.htm>

García, A. (2011). Cultura ManteñoHuancavilca. Recuperado de <http://www.guayageek.com/2011/04/cultura-manteno-huancavilca-800dc.html?m=0>

Gunn, G. (1981). Revista Tourism Ecuador News letter. Vol. 5. Nro. 1.

Gurria, M., *El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo*. Recuperado el de diciembre 2012. Disponible en [www.kiskeya-alternative.org](http://www.kiskeya-alternative.org)

Gómez Roque. (2012). Patrimonio: Una mirada Integradora. Cátedra de Turismo Cultural de la UNESCO. Recuperado el 3 de diciembre 2012. Disponible en [http://www.turismoculturalun.org.ar/activ\\_cachi\\_2012\\_patrim.htm](http://www.turismoculturalun.org.ar/activ_cachi_2012_patrim.htm)

González, F. (2009). Desarrollo Humano Sustentable Local. Revista Polis. No. 2. Universidad Bolivariana de Santiago de Chile.

Gobierno Municipal de Jipijapa. Antecedentes históricos. Recuperado 1 de diciembre 2012. Disponible en [http://www.municipiojipijapa.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=40&Itemid=91](http://www.municipiojipijapa.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=91)

Gobierno Provincial de Manabí. Antecedentes históricos del cantón Montecristi. Recuperado 1 de diciembre 2012. Disponible en <http://www.manabi.gob.ec/cantones/montecristi>

Gudynas, E. (2011). Tensiones, contradicciones y oportunidades de la dimensión ambiental del Buen Vivir. CIDES - UMSA y Plural, La Paz. Disponible en <http://www.gudynas.com/publicaciones/capitulos/GudynasTensionesAmbienteBVivirCides11.pdf>

Guzmán, A. & Izaguirre, A. & Santos, J. (2011). Proyecto de Inversión para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla al Mercado Francés.

Hidalgo, A. (1998). *“El pensamiento económico sobre Desarrollo, indica que “para comprender la Teoría del Desarrollo. (Tesis de grado). Universidad de Huelva. España.*

Informe sobre Desarrollo Humano PNUD. Recuperado 4 de diciembre 2012. Disponible en <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano/>

López, A. (2009). Introducción al estilo APA, 6ta. ed. Citas, referencias y formato de documentos. San Juan, Puerto Rico: Disponible el 12 de diciembre 2012. Recuperado de, <http://www.slideshare.net/eflores/introduccion-apa-6ta-edicion>

López, G. (2006). “Propuesta comunicacional de sombreros de paja toquilla”. (Tesis de grado). Universidad Tecnológica del Litoral. Quito, Ecuador.

López O. (2010). Guía para la redacción en el Estilo APA. Málaga, España: Recuperado de <http://www.ctaactividades.blogspot.com/>

Lohr, S. (2002). Sobre la propiedad intelectual, EEUU olvida su propio pasado: Disponible el 12 de diciembre 2012. Recuperado de <http://www.aporrea.org/tecno/a24344.html>

Ministerio Coordinador de Patrimonios del Ecuador. Origen del sombrero de paja toquilla Recuperado 6 de diciembre 2012. Disponible en <http://www.patrimonio.gob.ec/los-tejedores-de-paja-toquilla-recibieron-el-reconocimiento-entregado-por-la-unesco/>

Ministerio Coordinador de Patrimonios del Ecuador. *El tejido del sombrero de paja toquilla, un tesoro de alcance universal* Recuperado 6 de diciembre 2012. Disponible en <http://www.patrimonio.gob.ec/el-tejido-del-sombrero-de-paja-toquilla-un-tesoro-de-alcance-universal/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. *Sombrero de paja toquilla es Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Recuperado el 4 de diciembre 2012. Disponible en <http://www.turismo.gob.ec/sombrero-de-paja-toquilla-es-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>

Monsalve Pozo, I. (1944), *El sombrero de paja toquilla*. Municipio de Cuenca. **Recuperado el 4 de diciembre 2012. Disponible en**<http://kaosenlared.net/america-latina/item/39998-las-tejedoras-de-sombreros-de-paja-toquilla-de-azuay-y-ca%C3%B1ar.html>

Newson (1995). Cultura ManteñoHuancavilca (800dc - 1530dc): Recuperado de <http://www.guayageek.com/2011/04/cultura-manteno-huancavilca-800dc.html>

Rojas, M, Sisalema, L. (2006). *Proyecto de Producción, Comercialización y Exportación de artesanías de paja toquilla en la Península de Santa Elena*. Centro de Investigación Científica y Tecnológica. Escuela politécnica del Litoral.

Organización Mundial de Turismo (OMT). Entender el turismo: Glosario Básico. New York, Estados Unidos: Recuperado de [http://www.cinu.org.mx/ninos/html/onu\\_n.htm](http://www.cinu.org.mx/ninos/html/onu_n.htm)

Ortega, A. (2011). ¿De dónde viene el sombrero 'Panamá'?. Recuperado de <http://www.canarias7.es/articulo.cfm?id=229796>

Ortega, A. (2011). Diario El Telégrafo. Trabajo artesanal de exportación. Entrevista a Directiva de Homero Ortega e hijos.

Pachay, O. (s.f.). Microempresarios ahora exportadores. Disponible 30 de noviembre 2012. Recuperado de <http://www.ppelverdadero.com.ec/index.php/economia-solidaria/item/microempresarios-ahora-exportadores.html>

Plan Nacional de Ciencia, Tecnología y Saberes Ancestrales 2007 – 2010. Senascyt. Mbre 2012. Recuperado el 30 de noviembre de 2012. Disponible en <http://www.umet.edu.ec/pdf/plan-nacional-de-ciencia-innovacion-y-saberes-ancestrales.pdf>

Plan Nacional de Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial. (2011). Instituto Nacional de Patrimonio de España. Recuperado el 30 de noviembre 2012. Disponible en <http://ipce.mcu.es/pdfs/PNPatrimonioInmaterial.pdf>

Sánchez, E. En el exterior se visten sus sombreros. Guayaquil, Ecuador: Recuperado de [http://www.revistalideres.ec/empresas/exterior-visten-sombreros\\_0\\_736126412.html](http://www.revistalideres.ec/empresas/exterior-visten-sombreros_0_736126412.html)

Santana J. &Arzube M. (2011). Exportación a Países de la Unión Europea de sombreros de paja toquilla provenientes de Montecristi. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral. Guayaquil, Ecuador.

Sen, A. (2010). *Informe sobre Desarrollo Humano 2010*. La verdadera riqueza de las naciones: Caminos al desarrollo humano. Edición del Vigésimo Aniversario.

Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Editorial Planeta: Buenos Aires

Stanton, W. (1997) *Fundamentos de Marketing*, Edición McGraw-Hill, México.

Verduga, C. (2012). E book de Antropología Cultural. Carrera de Trabajo Social. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Vivallo, A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos. (Tesis de grado): Disponible 30 noviembre 2012. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/29478189/evaluacion-y-formulacion-proyectos>

Web Artesanos Ecuador. Beneficios de la Ley de Defensa del Artesano. Recuperado el 1 de diciembre 2012. Disponible en <http://www.artesantiasdelecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=15&idiom=1>