UNIVERSIDAD REGIONAL AMAZÓNICA IKIAM

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOAMBIENTALES

CARRERA DE BIOCOMERCIO

"CARACTERIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO TRADICIONAL DE LA CERÁMICA CON ENFOQUE DE BIOCOMERCIO PARA LAS ESTRATEGIAS DE *BIOMARKETING* DE LA RED DE ARTESANAS *YACHAK AWAKKUNA*, COTUNDO 2024."

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

LICENCIADAS EN BIOCOMERCIO

AUTORAS: CINDY ANDREA ANDI PAUCHI Y

ANDREA JEANETH VARGAS BARRIONUEVO

TUTORA: MSc. DIANA PATRICIA ASTUDILLO BRAVO

CO-TUTORA: MSc. JÉSSICA ELIZABETH MEDINA ARIAS

Tena - Ecuador

2025

Carrera de Biocomercio

Declaración de derecho de autor, autenticidad y responsabilidad

Tena, 25 de Agosto de 2025

Nosotras, Cindy Andrea Andi Pauchi y Andrea Jeaneth Vargas Barrionuevo, portadoras de los documentos de identidad N.º 1500917628 y N.º 1550147621, respectivamente, declaramos que los resultados obtenidos en la investigación que presentamos en este documento final, previo a la obtención del título de Licenciatura en Biocomercio, son absolutamente inéditos, originales, auténticos y personales.

En virtud de lo cual, el contenido, criterios, opiniones, resultados, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos vertidos en el presente documento, son de nuestra autoría y absoluta responsabilidad.

Cindy Andrea Andi Pauchi
C.I. 1500917628

Andrea Jeaneth Vargas Barrionuevo
C.I. 1550147621

Carrera de Biocomercio

Autorización de publicación en el repositorio institucional

Tena, 25 de Agosto de 2025

Nosotras Cindy Andrea Andi Pauchi y Andrea Jeaneth Vargas Barrionuevo**,** con documento de identidad N.º 1500917628 y N.º 1550147621, en calidad de autor/as y titulares de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación: "CARACTERIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO TRADICIONAL DE LA CERÁMICA CON ENFOQUE DE BIOCOMERCIO PARA LAS ESTRATÉGIAS DE *BIOMARKETING* DE LA RED DE ARTESANAS *YACHAK AWAKKUNA*, COTUNDO 2024.", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÒN, reconocemos a favor de la Universidad Regional Amazónica Ikiam una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo autorizo a la Universidad Regional Amazónica Ikiam para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cindy Andrea Andi Pauchi
C.I. 1500917628

Andrea Jeaneth Vargas Barrionuevo
C.I. 1550147621

Carrera de Biocomercio

Certificado de dirección de trabajo de titulación

Tena, 25 de Agosto de 2025

Certifico que el trabajo de integración curricular titulado: "CARACTERIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO TRADICIONAL DE LA CERÁMICA CON ENFOQUE DE BIOCOMERCIO PARA LAS ESTRATÉGIAS DE *BIOMARKETING* DE LA RED DE ARTESANAS *YACHAK AWAKKUNA*, COTUNDO 2024.", realizado en la modalidad de; tesis, fue llevado a cabo por Cindy Andrea Andi Pauchi y Andrea Jeaneth Vargas Barrionuevo, bajo mi supervisión.

Este trabajo ha sido revisado en su totalidad y validado mediante la herramienta de verificación de similitud de contenido, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y normativos establecidos por la Universidad Regional Amazónica IKIAM, para su entrega y defensa.

Tutora
Msc. Diana Patricia Astudillo Bravo
C.I. 0104641188

Co-tutora
Msc. Jessica Elizabeth Medina Arias
C.I.1600376774

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA

DECLARACIÓN DE DERECHO DE AUTOR, AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD ii

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL iii

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN iv

ÍNDICE DE TABLAS vii

ÍNDICE DE FIGURAS vii

ÍNDICE DE ANEXOS viii

RESUMEN ix

ABSTRACT x

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN 1

1.1. Antecedentes 1

1.2. Marco Teórico 4

1.2.1. Patrimonio 4

1.2.2. Producción cerámica ancestral kichwa en Napo y su simbolismo 7

1.2.3. Caracterización 9

1.2.4. Biocomercio y sus principios 10

1.2.5. Biomarketing 11

1.3. Planteamiento del problema 12

1.4. Justificación de la investigación 13

1.5. Objetivos de la investigación 15

1.5.1. General 15

1.5.2. Específicos 15

1.6. Preguntas de la investigación 16

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA 16

2.1. Tipo y enfoque de investigación 16

2.2. Modalidad de campo 17

2.3. Métodos y técnicas de investigación 18

2.3.1. Investigación Acción Participativa (IAP) 18

2.3.3. Método etnográfico 18

2.4. Herramientas de recolección de datos 19

2.4.1. Grupos focales 19

2.4.2. Entrevistas 20

2.4.3. Espacios de diálogo 20
2.4.4. Participación directa en talleres 20
2.5. Técnicas de análisis de datos recolectados 21
2.5.1. Análisis descriptivo 21
2.5.2. Análisis temático 21
2.5.3. Análisis narrativo 21
2.5.4. Análisis de contenido 22
2.5.5. Análisis PESTEL y FODA 22
2.6. Población y muestra 23
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 23
3.1. Ubicación geográfica 23
3.2. Línea de tiempo Mayanchi Manga 25
3.3. Diagnóstico participativo de la Asociación Yachak Awakkuna 26
3.3.1. Diagnóstico FODA 28
3.3.2. Diagnóstico PESTEL 31
3.4. Percepción del grupo focal 32
3.5. Documentación de observación de eventos y actividades 33
3.6. Caracterización del conocimiento tradicional cerámico y su relación con el Biocomercio 34
3.7. Análisis temático y de contenido 38
3.8. Estrategias de Biomarketing 38
3.8.1. Categorización 38
3.8.2. Plan de acción y cronograma de actividades para Mayanchi Manga 39
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 41
4.1. Conclusiones 41
4.2. Recomendaciones 42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Table 3-1 Análisis FODA 30
Table 3-2 Análisis PESTEL 31
Table 3-3 Nómina de entrevistados 33
Table 3-4 Saberes ancestrales, sostenibilidad y equidad 36
Table 3-5 Identificación de ejes temáticos 38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figure 1-1 Principios fundamentales del Biocomercio 10
Figure 3-2 Mapa de ubicación geográfica del punto de venta Mayanchi Manga 24
Figure 3-3 Nómina de las primeras socias participantes de la entrevista 28
Figure 3-4 Conjunto de palabras entre cruzadas dentro del plan de acción 35
Figure 3-5 Organigrama de la caracterización de los principios de Biocomercio con la cerámica, 2025 39

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A. Preguntas realizadas de entrevista a socias de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna, 2024.

ANEXO B. Catálogo de productos de la Red de Artesanos Yachak Awakkuna.

ANEXO C. Preguntas de la entrevista.

ANEXO D. Categorización de los principios de Biocomercio con la cerámica.

ANEXO E. Plan de acción.

ANEXO F. Cronograma de la sublínea Mayanchi Manga.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo principal caracterizar el conocimiento tradicional relacionado con la producción artesanal de cerámica en la sublínea Mayanchi Manga del Geoparque Napo Sumaco para orientar estrategias de biomarketing vinculadas a los principios del Biocomercio. La investigación, de enfoque cualitativo, empleó métodos como la documentación, observación y encuesta, así como técnicas participativas como el trabajo etnográfico, la observación participante, la Investigación Acción Participativa (IAP), el grupo focal y entrevistas en profundidad. Estas herramientas permitieron comprender las prácticas culturales y los saberes transmitidos por generaciones. La población de estudio incluyó a 29 miembros de la Red, seleccionando a 15 artesanos/as de la sublínea Mayanchi Manga para la recolección de datos, así como entrevistas e historias de vida actores clave. Como resultado, se identificaron elementos clave del Biocomercio y su incidencia en la producción cerámica, permitiendo diseñar estrategias de biomarketing que favorecen la comercialización y la preservación del patrimonio cultural. Este estudio ofrece una base para la implementación de iniciativas sostenibles a partir del fortalecimiento del conocimiento ancestral.

Palabras clave: Biocomercio, Biomarketing, Cerámica, Conocimiento Ancestral, Patrimonio Cultural.

ABSTRACT

The main objective of this thesis was to characterize traditional knowledge related to artisanal ceramic production in the Mayanchi Manga sub-line of the Napo Sumaco Geopark in order to guide biomarketing strategies linked to the principles of biotrade. The qualitative research employed methods such as documentation, observation, and surveys, as well as participatory techniques such as ethnographic work, participant observation, Participatory Action Research (PAR), focus groups, and in-depth interviews. These tools provided insight into cultural practices and knowledge passed down through generations. The study population included 29 members of the Network, selecting 15 artisans from the Mayanchi Manga sub-line for data collection, as well as interviews and life stories of key actors. As a result, key elements of biotrade and its impact on ceramic production were identified, enabling the design of biomarketing strategies that promote the commercialization and preservation of cultural heritage. This study provides a basis for the implementation of sustainable initiatives based on the strengthening of ancestral knowledge.

Keywords: Biotrade, biomarketing, Pottery, Ancestral Knowledge, Cultural Heritag

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

La cerámica tradicional constituye un componente fundamental del patrimonio cultural de los pueblos indígenas amazónicos, en particular del pueblo kichwa de la región de Napo, Ecuador. Esta manifestación cultural no solo cumple una función utilitaria, sino que es un vehículo para la transmisión de saberes ancestrales, simbolismos y cosmovisiones propias de estas comunidades. La cerámica ancestral no solo constituye una manifestación artística, sino que también refleja la cosmovisión y la identidad cultural de las comunidades indígenas, siendo transmitida de generación en generación como parte fundamental de su memoria colectiva (Solórzano, 2015b)

Además, en un estudio académico sobre la cerámica indígena de la Amazonía ecuatoriana, se señala que la cerámica, considerada un arte femenino por excelencia, constituye un distintivo irremplazable de la especificidad cultural de los pueblos tradicionales de la Amazonía. El estudio enfatiza la importancia de descubrir y preservar estas prácticas, que están siendo amenazadas por procesos de modernización y globalización. Un claro ejemplo es la participación de la arqueóloga María Soledad Solórzano fue quien lideró el proyecto en las comunidades de los cantones de Tena y Archidona, en la provincia de Napo. “El barro es uno de los primeros elementos con los que trabajó la humanidad. Lamentablemente, con la colonización en la zona esta actividad terminó marginada con los años”, explicó.(Solórzano, 2021).

En este contexto, el Biocomercio se presenta como una estrategia clave para la valorización sostenible de productos y saberes tradicionales. Por ejemplo, en el documento Biocomercio y acceso y participación en los beneficios de la UNCTAD, se destaca que los responsables de políticas deben considerar cómo formular medidas de

Biocomercio para reconocer y potenciar el valor social, económico, ecológico y cultural de los recursos biológicos y genéticos

La cerámica kichwa, como expresión del conocimiento ancestral, no solo representa un valor cultural y artístico para las comunidades indígenas, sino que también puede integrarse a mercados responsables que respeten su patrimonio y fomenten la sostenibilidad. Este enfoque permite que los artesanos participen en cadenas de valor que generan ingresos y desarrollo económico local, sin comprometer los recursos naturales ni la identidad cultural de la comunidad (García et al., 2020). Así, la promoción de la cerámica tradicional en contextos de biocomercio contribuye tanto a la preservación de saberes ancestrales como al fortalecimiento del bienestar social y ambiental de las comunidades kichwa.

Las estrategias de biomarketing se han convertido en herramientas fundamentales para que las artesanas kichwa posicionen sus productos en mercados nacionales e internacionales. Estas estrategias permiten comunicar el valor cultural y sostenible de sus creaciones, destacando su identidad y tradiciones ancestrales. Al integrar conocimientos tradicionales con prácticas de marketing responsable, se genera un desarrollo económico que respeta los recursos naturales. El uso del biomarketing ayuda a que los productos artesanales reflejen tanto su identidad cultural como su compromiso con prácticas responsables y sostenibles (Jaramillo et al., 2016)

La Red de Artesanas Yachak Awakkuna, ubicada en Cotundo, Napo, representa un caso destacado de articulación entre conocimiento ancestral, Biocomercio y biomarketing. Desde 2021, esta asociación impulsa la recuperación de la cerámica kichwa a través de la sublínea denominada Mayanchi Manga, que significa "ollas de barro". Esta iniciativa busca rescatar el arte funerario ancestral y dar un nuevo valor cultural y económico a la elaboración de ollas como símbolos de identidad y continuidad cultural.

Las artesanas, principales guardianas de estos saberes, han conservado las técnicas tradicionales enfrentando diversos retos, demostrando creatividad para adaptar sus productos a las demandas actuales. (Viteri Toledo & Mader, 2024), menciona que el análisis de urnas funerarias de la fase Napo evidencia que la cerámica funeraria, decorada con motivos geométricos y figuras antropomorfas, cumplía funciones rituales, estéticas y de transmisión cultural, reflejando la organización social y las creencias espirituales de las comunidades amazónicas.

A pesar de su importancia, la práctica ceramista ha ido perdiéndose progresivamente en todas sus etapas, desde la extracción del barro hasta la cocción y comercialización. Por ello, la Red de Artesanas ha enfatizado la necesidad de recuperación, preservación e innovación basada en los saberes ancestrales, elaborando catálogos de productos que mantienen un uso funerario contemporáneo y promueven la cultura local. La preservación y promoción de estas artesanías están respaldadas por la UNESCO, que reconoce las artesanías tradicionales como parte del Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad, llamando a su protección y fortalecimiento (UNESCO, 2003).

El Geoparque Napo Sumaco, ubicado en la Amazonía ecuatoriana, protege un patrimonio geológico, ecológico y cultural significativo, fomentando la educación ambiental y el turismo sostenible con la participación de las comunidades locales. Según (UNESCO, 2025), varios grupos comunitarios contribuyen a las actividades del geoparque: las Guías Pushak Runakunas promueven el geoturismo y la conservación de las atracciones naturales, y el colectivo Yachak Awakkuna está especializado en artesanía tradicional. El Grupo Gastronómico Mikusha Kawsari aporta un toque gourmet a los platos tradicionales amazónicos.

Esta investigación busca caracterizar el conocimiento tradicional de la cerámica kichwa de la sublínea Mayanchi Manga, con el fin de proponer estrategias de biomarketing alineadas con el enfoque de Biocomercio. Esta caracterización implica analizar las técnicas, materiales y significados culturales de la elaboración de ollas de barro,

evidenciando una tradición viva y transmisora de la cosmovisión kichwa (UNESCO, 2003).

Además, las mujeres indígenas son los pilares de los pueblos indígenas y desempeñan un papel crucial en la conservación y transmisión de los conocimientos tradicionales, incluyendo prácticas agrícolas, medicina, rituales y lenguas originarias (ONG Mujeres, 2023). La implementación de estrategias sostenibles y culturalmente respetuosas busca ver el valor simbólico y económico de la cerámica kichwa en mercados que valoran la ética y autenticidad.

Finalmente, se pretende fortalecer a nueve comunidades locales de la parroquia Cotundo mediante técnicas de producción sostenibles y promover la participación conjunta de hombres y mujeres para asegurar una combinación armoniosa entre patrimonio cultural e innovación.

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Patrimonio

El patrimonio cultural se integra de manifestaciones tanto materiales como inmateriales, que son fundamentales para la formación de la identidad colectiva de los pueblos, en la Amazonia ecuatoriana el patrimonio se expresa en prácticas ancestrales, saberes tradicionales y la cultura material como la cerámica.

El patrimonio cultural, según UNESCO (2003) comprende el conjunto de bienes, tradiciones, conocimientos y expresiones artísticas materiales e inmateriales que una comunidad ha heredado y considera parte fundamental de su identidad, legado y continuidad histórica. Este patrimonio se expresa en prácticas ancestrales, saberes tradicionales y objetos como la cerámica.

En el marco de sociedad, el patrimonio cultural representa una herencia recibida del pasado, del cual las personas de cierta zona o país se sienten orgullosas y lo transmiten a sus descendientes, no sólo como un legado histórico, sino también como un recurso de desarrollo cultural, social y económico.

Para entender el patrimonio cultural, es preciso trabajar en los procesos de construcción identitaria, de las formas de transmisión intergeneracional de conocimientos, de la apropiación simbólica del espacio y tiempo, es decir de vivir las expresiones del patrimonio como un sistema vivo que se enriquece y se fortalecer en el diálogo social y las dinámicas socioculturales.

“La parte esencial del patrimonio son los significados, que le permiten explicar bienes y manifestaciones, expresados como legados-herencias, con importantes trayectos históricos, relevantes para las identidades culturales y de esta forma legitimados a nivel social y con sostenimiento sociopolítico” (Fundación Wiese, 2023).

1.2.1.1. Cultural

En los debates del patrimonio, la cultura, el Biocomercio es importante generar espacios para el diálogo, pues en la Amazonia son interesantes los procesos de diversificación desde la cultura y el patrimonio biocultural, que expresan vínculos entre las áreas, biológica, genética, lingüística, cognitiva, agrícola y paisajística, todas como parte de este complejo biológico-cultural, resultado de miles de años de interacción entre las culturas y sus ambientes naturales (Toledo & Barrera, 2009)

En la cultura del Ecuador, las artesanías son una importante expresión, y la misma corresponde a un conjunto de conocimientos heredados y que también responde a las necesidades de las comunidades, como soporte simbólico de costumbres, creencias y rituales, y se plantea como forma de vida para muchas comunidades (Ferro, 2017).

La cultura popular ecuatoriana, que conserva tradiciones como las técnicas artesanales, aparece en sus orígenes con una filosofía andina que comparte con países como Bolivia y Perú y que aún se manifiesta en algunos pueblos indígenas; esta cosmovisión corresponde al Sumak Kawsay, término kichwa que significa Buen Vivir, filosofía del ser humano que busca la armonía con la historia, la comunidad y la naturaleza.

Según la (UNESCO, 2003), el patrimonio cultural es la herencia recibida del pasado, de la cual las personas de una región o país se sienten orgullosas y que deben transmitir a sus descendientes, no solo como un legado histórico, sino también como un recurso de desarrollo cultural, social y económico, la misma organización amplía esta definición para incluir tradiciones vivas como expresiones orales, artes del espectáculo, rituales, saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional.

En este marco, en 2023, la Red de Artesanas *Yachak Awakkuna* obtuvo financiamiento de la Línea de Fomento a la Memoria Social y el Patrimonio Cultural para artesanía, otorgado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC). El proyecto ganador, titulado Fortalecimiento e innovación del trabajo y conocimiento artesanal de las ollas de barro (*Mayanchi Manga*), refleja el reconocimiento institucional del valor patrimonial de la cerámica *kichwa* con inspiración funeraria.

1.2.1.2. Tradicional

El conocimiento tradicional se refiere a los saberes, prácticas, expresiones y tecnologías transmitidas oralmente o mediante la práctica cotidiana de generación en generación, particularmente en pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios. Este conocimiento está estrechamente ligado a los entornos naturales y culturales, y es clave para preservar la identidad y biodiversidad locales. Según la Constitución del Ecuador (2008) garantiza su protección, y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC)

promueve su salvaguarda mediante políticas públicas. Además, constituye una fuente importante de innovación y desarrollo sostenible.

1.2.1.3. Ancestral

El conocimiento ancestral engloba los saberes, cosmovisiones, técnicas y prácticas acumuladas a lo largo de siglos por las nacionalidades y pueblos indígenas. Este conocimiento se ha transmitido de forma oral y mediante la práctica directa, manteniendo una relación espiritual y de reciprocidad con la naturaleza. Constituye un pilar fundamental en la medicina tradicional, la agricultura, la gestión territorial y la conservación ambiental. De acuerdo con Yépez (2019), los saberes ancestrales no solo son un legado cultural, sino que también constituyen un camino para la sostenibilidad y forman parte esencial del paradigma del *Sumak Kawsay* (pp. 66–72).

1.2.2. Producción cerámica ancestral kichwa en Napo y su simbolismo

La cerámica Kichwa no se limita a un valor estético, sino que constituye una expresión activa de la cosmovisión de esta comunidad. Su análisis morfológico permite comprender y reinterpretar los antiguos sistemas gráficos que aún se mantienen presentes en la cultura contemporánea (Cajahuishca Reascos, 2024).

Por ello la cerámica funeraria ha sido utilizada por diversas culturas para rendir homenaje a los difuntos mediante objetos que poseen tanto funciones prácticas como simbólicas. Las urnas y recipientes decorados con figuras humanas, animales o formas geométricas reflejan creencias sobre la muerte, el renacimiento y el vínculo espiritual con la tierra. Un claro ejemplo se encuentra en el sitio arqueológico El Edén**,** ubicado en la provincia de Orellana, donde se recuperó “una vasta colección cerámica proveniente de contextos domésticos asociados a claras expresiones de comportamiento ritual como son los enterramientos en grandes urnas” (Ochoa, 2014).

La cultura Napense se refiere tanto a los pueblos ancestrales que habitan la actual provincia de Napo como a sus expresiones culturales contemporáneas. Un ejemplo

emblemático es la olla Mayanchi Manga, que simboliza el descanso eterno y la integración del cuerpo a la tierra, utilizando tierra negra en su interior como símbolo del retorno al ciclo natural. La cultura Napense se refiere tanto a los pueblos ancestrales que habitan la actual provincia de Napo como a sus expresiones culturales contemporáneas.

Estas urnas reflejan no solo una estética visual, sino también una cosmovisión que incorpora elementos míticos e identitarios en su iconografía funeraria. Un ejemplo es la olla Mayanchi Manga, que simboliza el descanso eterno y la integración del cuerpo a la tierra, utilizando tierra negra en su interior como símbolo del retorno al ciclo natural.

En el año 2017, la Universidad Regional Amazónica Ikiam (URAI) y la Agencia Internacional de Cooperación Española para el Desarrollo (AECID) financiaron el proyecto "Artesanías de Producción Milenaria, puesta en valor del Patrimonio Cultural Inmaterial a partir de la cerámica", que se llevó a cabo en los cantones Tena y Archidona de la Provincia de Napo (Ecuador), mismo que documentó el sistema de producción cerámico Napo Runa- Quijos con técnicas y materiales tradicionales y aportó a su visibilidad y fortalecimiento (Solórzano et al., 2022)

En este marco, se realiza en la Universidad Regional Amazónica Ikiam URAI un importante hallazgo con el proyecto Pashimbi Milenario, que dan cuenta de hasta siete ocupaciones de actividad humana a lo largo de más de 4000 años, con hallazgos de tipo doméstico, utilitario y ritual; con evidencias de altares y entierros (Solórzano, 2021). Las vasijas encontradas se pueden visitar en el museo de sitio Pashimbi expuesto en URAI.

En 2022, el Estado Ecuatoriano reconoció a la cerámica de Napo como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, destacando su valor identitario, artístico y su potencial para el turismo comunitario sostenible y uniendo a diferentes personas que ayudan a potenciar el trabajo cultural desde el Geoparque Napo Sumaco.

1.2.3. Caracterización

La caracterización es un proceso metodológico fundamental para describir, analizar y sistematizar los elementos que conforman una práctica cultural específica, como la cerámica kichwa de la sublínea Mayanchi Manga. Según Premauer (2016), la cerámica Kichwa es una manifestación cultural que integra aspectos materiales, simbólicos y cotidianos, reflejando la cosmovisión y la identidad de las comunidades.

En este caso, la caracterización se enfoca en documentar y valorar los saberes ancestrales relacionados con la elaboración de la cerámica, desde la extracción de la arcilla, el uso de pigmentos naturales, hasta las técnicas tradicionales de moldeado y cocción en hornos de leña. Además, incluye la identificación de las formas de transmisión intergeneracional del conocimiento, que aseguran la continuidad de estas prácticas de generación en generación (Solórzano, 2015)

Esta caracterización también aborda los significados simbólicos y espirituales presentes en las piezas funerarias, reflejo directo de la cosmovisión amazónica, donde la relación armónica entre las personas, la naturaleza y los ancestros es esencial (Viteri Toledo & Mader, 2024). En este sentido, el proceso de creación de las ollas no solo es técnico, sino también una expresión cultural y espiritual profunda.

Asimismo, se considera el territorio como un componente esencial. El Geoparque Napo Sumaco, reconocido por la (UNESCO, 2022) como un espacio que integra patrimonio geológico, natural y cultural, representa un actor estratégico para la valorización de la cerámica kichwa, conectando el patrimonio tangible con el intangible y fomentando la sostenibilidad ambiental y cultural en la región.

La caracterización permite además identificar fortalezas, retos y oportunidades para la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna, facilitando la creación de estrategias de biomarketing y Biocomercio que valoricen los productos cerámicos, destacando su

autenticidad, respeto por la naturaleza y el conocimiento ancestral. Además, el Biomarketing se ha convertido en una herramienta estratégica para conectar productos con consumidores conscientes, destacando valores como la autenticidad y el respeto por la naturaleza (Pacto Mundial, 2024). Estas estrategias permiten posicionar la cerámica Kichwa en mercados responsables, facilitando su acceso a consumidores que valoran la sostenibilidad y el conocimiento ancestral.

1.2.4. Biocomercio y sus principios

El Biocomercio se refiere a la producción, comercialización y consumo sostenible de bienes y servicios derivados de recursos biológicos, con el fin de promover el desarrollo económico y social de comunidades locales mientras se preserva la biodiversidad (UNCTAD, 2018). Este modelo busca un equilibrio entre uso responsable de recursos naturales, rentabilidad económica, justicia social y conservación ambiental.



Figure 1-1 Principios fundamentales del Biocomercio
Fuente: Martínez, L. (2020)

El marco del Biocomercio, establecido por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), se fundamenta en siete principios orientados a asegurar un aprovechamiento responsable, justo y sostenible de la biodiversidad. Estos principios buscan equilibrar la conservación ambiental con el desarrollo económico y social de las comunidades que habitan territorios biodiversos.

En primer lugar, se prioriza la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad, lo que implica proteger los ecosistemas y utilizar los recursos naturales sin comprometer su disponibilidad futura. Se promueve también la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de su uso, garantizando que las comunidades locales reciban una compensación adecuada por sus saberes y prácticas.

Además, se enfatiza la sostenibilidad socioeconómica, asegurando medios de vida estables y condiciones dignas para los actores involucrados. El Biocomercio exige el cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales, así como el respeto a los derechos de todos los participantes, especialmente de las comunidades indígenas.

Por último, se reconoce la importancia de establecer claridad sobre la tenencia de la tierra, el acceso a los recursos y los conocimientos asociados, como base para garantizar la justicia, la equidad y la soberanía territorial. En conjunto, estos principios orientan la construcción de modelos productivos respetuosos con la naturaleza y las culturas locales, como los impulsados por las artesanas de la Red Yachak Awakkuna (UNCTAD, 2020).

1.2.5. Biomarketing

El Biomarketing integra principios éticos y sostenibles al marketing, orientándose hacia la protección ambiental y la biodiversidad. Busca prácticas comerciales responsables que satisfagan al consumidor, minimicen el impacto ecológico y promuevan productos que respeten los ecosistemas y comunidades (Rodríguez & Gutiérrez, 2021).

Este enfoque prioriza la construcción de una imagen corporativa positiva basada en el compromiso real con el medio ambiente, el uso de recursos renovables y técnicas sostenibles (Pérez & García, 2018)

En la sublínea Mayanchi Manga, el biomarketing busca no solo la sostenibilidad económica, sino también mantener vivo el conocimiento tradicional de la cerámica funeraria. La alianza con el Geoparque Napo Sumaco y otras instituciones impulsa un modelo local que integra identidad cultural, sostenibilidad y comercialización responsable.

Las estrategias de Biomarketing destacan el valor cultural, ambiental y social de cada pieza, transmitiendo al consumidor un mensaje de respeto por la Pachamama y la biodiversidad. El conocimiento tradicional, visible en la selección de materias primas, moldeado, cocción y uso de pigmentos naturales, es un activo fundamental que garantiza autenticidad y sostenibilidad .

La transparencia en los procesos y la educación al consumidor fomentan una conexión profunda entre producto y comprador, promoviendo una economía circular y un consumo consciente (Pérez & García, 2018). Sensibilizar al público sobre el valor cultural y ambiental contribuye a preservar el patrimonio cultural de Cotundo y a desarrollar una economía justa y respetuosa con la biodiversidad.

1.3. Planteamiento del problema

Las artesanas y artesanos, en su calidad de emprendedoras y emprendedores dentro de la asociación, se ven afectados por la escasa difusión y valoración de su trabajo artesanal, el cual está basado en los conocimientos tradicionales de la cultura Kichwa, especialmente en la elaboración de productos de cerámica inspirados en prácticas funerarias antiguas de la Amazonía.

Esta investigación se centrará en la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna, ubicada en la parroquia Cotundo, donde se desarrollan productos dentro de la sublínea denominada Mayanchi Manga, que propone una innovación a partir de la cerámica artesanal funeraria ancestral-tradicional.

A partir de la experiencia de las artesanas y artesanos, se plantea caracterizar el proceso de recuperación de esta práctica funeraria y su relación con los principios del Biocomercio, con el fin de fortalecer estrategias de Biomarketing. Esta investigación presentará productos que transmiten la cultura y, al mismo tiempo, promueven el cuidado del medio ambiente. De esta manera, se busca contribuir a que más personas conozcan y valoren el trabajo artesanal de la sublínea Mayanchi Manga.

Además, este trabajo podrá servir como ejemplo para que otras asociaciones del cantón y de la provincia de Napo implementen iniciativas similares. Mayanchi Manga se ha identificado como ideal para esta investigación porque conserva las tradiciones y saberes antiguos asociados a la cerámica, permitiendo comprender en profundidad los desafíos específicos que enfrenta el trabajo artesanal en alfarería, como la transmisión de conocimientos ancestrales. Asimismo, se podrán identificar estrategias efectivas para preservar y fortalecer estas prácticas culturales, aportando a su valor agregado desde el Biomarketing, con un enfoque de Biocomercio.

1.4. Justificación de la investigación

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna, dentro de la sublínea Mayanchi Manga, que está conformada mayoritariamente por 29 socias y socios de la comunidad. El 75% de los integrantes son mujeres y el 25% hombres, con edades que oscilan entre los 18 y 70 años. Estos grupos han fortalecido la transmisión de conocimientos artesanales en cerámica hasta la actualidad.

En su mayoría, son mujeres y hombres con estudios básicos que han logrado salir adelante con sus familias, trabajando incansablemente en talleres artesanales de

cerámica. Ellos desean transmitir e impartir los conocimientos de saberes ancestrales con inspiración funeraria antigua de la cultura kichwa amazónica a futuras generaciones, con el fin de difundir su cultura y valorizar el trabajo de la cerámica hecha por las artesanas y artesanos.

Desde entonces, las artesanas y artesanos promueven el rescate y la revalorización de su identidad cultural en el trabajo artesanal de la cerámica, creando, junto con la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna y el Geoparque Napo Sumaco, una nueva sublínea denominada Mayanchi Manga, que se dedica a la elaboración de productos de barro. Las socias y socios artesanos de diversas comunidades realizan estos productos con conocimientos ancestrales y artesanales que han conservado a lo largo de los años.

El esfuerzo y la dedicación de cada artesana y artesano, al momento de realizar su trabajo en la elaboración de productos de barro, se basa en la sabiduría y los conocimientos tradicionales que les brinda la Pachamama (Madre Tierra). Esto les permite llevar con imaginación la habilidad manual desarrollada a partir de su vínculo espiritual y práctico con la tierra al momento de crear diseños únicos que embellecen el producto final y cautivan con su esplendor al consumidor.

En este proyecto de elaboración de productos de cerámica de Mayanchi Manga, se destacan varios aspectos importantes, como respetar la diversidad natural, reconocer y valorar los conocimientos ancestrales de las artesanas y artesanos, y establecer modelos estratégicos éticos que el Biocomercio busca promover. Estos modelos incluyen una distribución equitativa y una conexión profunda con la entidad viva de la tierra, siempre y cuando los recursos naturales de la localidad sean utilizados de manera sostenible, contribuyendo a la preservación sociocultural y ambiental en la región amazónica.

La caracterización del conocimiento tradicional, desde un enfoque de Biocomercio, permitirá establecer una base conceptual y práctica para generar estrategias de difusión y valoración del trabajo artesanal mediante el biomarketing. Este proceso no solo

resaltará la singularidad de los productos cerámicos de la sublínea Mayanchi Manga, sino que también promoverá el respeto por la identidad cultural, el sentido de pertenencia y el debate sobre la sostenibilidad y la conservación ambiental. A largo plazo, estas acciones contribuirán a fortalecer el valor simbólico y económico de las creaciones artesanales, motivando a las artesanas y artesanos a continuar con su labor, al sentirse reconocidos y respaldados por la sociedad.

Asimismo, esta investigación representa un aporte al campo del Biocomercio como estrategia académica y de política pública, al demostrar cómo el conocimiento ancestral puede integrarse en modelos de desarrollo sostenible con identidad territorial y enfoque intercultural.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. General

Caracterizar el conocimiento tradicional asociado a la cerámica de la sublínea Mayanchi Manga para el planteamiento de estrategias de biomarketing de la Asociación Yachak Awakkuna con enfoque de Biocomercio.

1.5.2. Específicos

Realizar un diagnóstico interno de la asociación Yachak Awakkuna sobre el trabajo artesanal de la cerámica de la sublínea Mayanchi Manga, de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna.

Documentar el conocimiento tradicional de la cerámica de la sublínea Mayanchi Manga en relación con el enfoque de Biocomercio, de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna.

Plantear estrategias de biomarketing a partir del conocimiento tradicional de la cerámica de la sublínea Mayanchi Manga en relación con el enfoque de Biocomercio, de la Red de Artesanos Yachak Awakkuna.

1.6. Preguntas de la investigación

¿Cómo puede relacionarse el enfoque del Biocomercio con la difusión y el fortalecimiento del conocimiento ancestral en la elaboración de productos de cerámica de la sublínea Mayanchi Manga?

¿Qué estrategias de Biomarketing pueden implementarse para generar valor agregado al trabajo artesanal de las y los integrantes de la sublínea Mayanchi Manga?

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Este capítulo describe el enfoque metodológico adoptado para la caracterización del conocimiento tradicional de la cerámica kichwa de la sublínea Mayanchi Manga, incorporando herramientas y técnicas propias del enfoque cualitativo, participativo y etnográfico. La metodología buscó comprender las prácticas culturales y su articulación con los principios del Biocomercio para proponer estrategias de biomarketing sostenibles y culturalmente pertinentes.

2.1. Tipo y enfoque de investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un diseño descriptivo participativo y etnográfico. Se optó por este enfoque porque permitió explorar en profundidad las prácticas, significados y saberes de las artesanas kichwa en su contexto natural y comunitario.

Este paradigma, según Herrera et al. (2004), se orienta a comprender "lo que se produce en el mundo social", considerando el entorno como un componente esencial en la construcción del conocimiento (p. 56). Por su parte, Hernández Sampieri et al. (2010)Hernández afirman que la recolección de datos cualitativos se realiza “sin medición numérica, para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 78).

El presente estudio es de tipo descriptivo, ya que busca caracterizar el conocimiento tradicional en torno a la producción cerámica. Se adopta una perspectiva inductiva, construyendo interpretaciones a partir de los testimonios y observaciones realizadas en campo. La comprensión del fenómeno se logró mediante la participación activa con las protagonistas del proceso artesanal.

Este enfoque permitió captar el valor simbólico y cultural de la cerámica kichwa y entender su vínculo con las dinámicas económicas y comunitarias, desde la experiencia de la sublínea Mayanchi Manga de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna.

2.2. Modalidad de campo

La modalidad de investigación fue de campo, mediante el contacto directo con las socias de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna en Cotundo. Esta modalidad permitió observar y registrar de manera directa las dinámicas socioculturales, los saberes ancestrales, los procesos productivos y las prácticas simbólicas relacionadas con la cerámica.

Cajal (2022) destaca que la investigación de campo permite al investigador “tomar contacto directo con la realidad para obtener información relevante y en contexto” (p. 66). Por ello, se realizaron visitas a la asociación, donde se observó el proceso cerámico y se registraron testimonios, prácticas y vivencias asociadas al conocimiento ancestral.

2.3. Métodos y técnicas de investigación

Se integraron los siguientes métodos:

2.3.1. Investigación Acción Participativa (IAP)

La Investigación Acción Participativa (IAP) se aplicó como un enfoque metodológico que permitió involucrar activamente a las artesanas de la Red Yachak Awakkuna en el proceso investigativo. Esta estrategia fortaleció la construcción colectiva del conocimiento y aseguró que los resultados respondieran a las necesidades reales de la comunidad. A través de la participación directa en talleres, entrevistas y espacios de diálogo, se fomentó la reflexión crítica y el empoderamiento de las participantes. Según Fals (1986), la IAP "busca generar conocimientos útiles a partir de la participación activa de los actores sociales en la identificación de sus problemas y en la búsqueda de soluciones" (p. 13), lo que fue clave para proponer estrategias de biomarketing culturalmente pertinentes.

2.3.3. Método etnográfico

El método etnográfico se utilizó como una estrategia fundamental para comprender las prácticas culturales y los significados simbólicos asociados a la producción cerámica de la comunidad kichwa. Esta metodología permitió una inmersión en el entorno social y cultural de las artesanas, favoreciendo la observación directa y el registro detallado de sus dinámicas cotidianas. La etnografía facilitó el acceso a los saberes ancestrales y a la interpretación de las prácticas desde la perspectiva de sus protagonistas, lo cual resultó esencial para el enfoque participativo de la investigación. De acuerdo con Guber (2001), la etnografía "posibilita el estudio de los procesos sociales desde dentro, en interacción con los actores, respetando sus formas de pensamiento y acción" (p. 55), lo cual permitió desarrollar una visión holística del conocimiento tradicional vinculado al Biocomercio.

El método etnográfico trabajado con el proyecto de Mayanchi Manga ha sido un vivo ejemplo de preservar la tradición ancestral de elaboración de las ollas de barro, al encontrar maestras ceramistas que aún mantienen viva esa tradición. Enriquez (2024) destaca que Saida Huatatoca Mamallacta es la primera mujer indígena amazónica en graduarse como ingeniera en Geociencias en la URAI, menciona que Huatatoca Saida para la elaboración de la olla se ha encontrado con una mujer Maestra Ceramista tradicional Joaquina Tanguila de la comunidad de San Francisco, mujer que ha preservado la tradición de elaborar ollas y más productos a partir del barro, conocimiento que adquirido desde su madre y abuela, que silenciosamente mantenía esta práctica en su hogar, además solo mantenía contacto con pocas personas que realmente les interesaba sus productos, sin embargo nos aceptó enseñar y trasmitir su arte, su sabiduría y Don de manipular el barro (Paju) hacia los artesanas y artesanos de la Red porque cree que es importante trasmitir este conocimiento ancestral a las demás personas para que se conserve y recupere el patrimonio cultural de nuestros ancestros y se trasmita a la futuras generaciones de nuestra provincia Napo.

2.4. Herramientas de recolección de datos

2.4.1. Grupos focales

Para la recolección de información se utilizaron grupos focales con las artesanas de la sublínea Mayanchi Manga, lo que permitió explorar colectivamente las percepciones, desafíos y propuestas relacionadas con su labor artesanal y cultural. Esta herramienta facilitó la interacción entre participantes, generando discusiones profundas y espontáneas sobre temas clave como la identidad, el comercio justo y el valor simbólico de la cerámica. De acuerdo con Hamui & Varela (2013), los grupos focales “permiten explorar cómo las personas piensan y sienten colectivamente sobre un tema específico mediante la interacción grupal” (p. 12), lo que enriqueció el análisis desde una perspectiva compartida.

2.4.2. Entrevistas

Se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con socias fundadoras, maestras ceramistas y lideresas de la Red, con el fin de recoger experiencias personales, narrativas intergeneracionales y conocimientos asociados a la producción cerámica. Esta técnica permitió adaptar el diálogo según el perfil y contexto de cada participante, garantizando profundidad y flexibilidad en la información recolectada. Como señala Taylor & Bodgan (1984), “la entrevista cualitativa permite al investigador explorar los significados que las personas atribuyen a sus vidas y acciones desde su propia perspectiva” (p. 101), lo cual fue esencial para comprender el vínculo entre tradición, territorio y sostenibilidad.

2.4.3. Espacios de dialogo

También se promovieron espacios de diálogo comunitario en contextos informales y colectivos, como reuniones, mingas y jornadas de reflexión. Estos espacios funcionaron como escenarios de intercambio horizontal, donde emergieron opiniones, propuestas y emociones que no siempre afloran en contextos formales. "La participación comunitaria es fundamental en la gestión del riesgo de desastres, ya que permite la integración de saberes locales y fortalece la resiliencia de las comunidades" (Coto et al., 2023).

2.4.4. Participación directa en talleres

La participación en talleres de elaboración cerámica, organizados por la Red, ofreció una oportunidad única para observar y experimentar directamente las prácticas artesanales, desde la recolección de arcilla hasta la cocción de piezas. Esta herramienta, vinculada a la observación participante, posibilitó registrar interacciones, gestos técnicos y conocimientos transmitidos oralmente en contextos reales de producción. Según Spradley (1980), “participar en las actividades de los actores sociales permite al investigador aprender el significado que estos atribuyen a sus acciones” (p. 54), lo que contribuyó a una comprensión más sensible y situada del conocimiento tradicional.

2.5. Técnicas de análisis de datos recolectados

2.5.1. Análisis descriptivo

El análisis descriptivo se empleó como primera aproximación a la información recolectada, permitiendo organizar y sintetizar los datos obtenidos mediante entrevistas, observación y talleres. Esta estrategia facilitó la comprensión general del contexto sociocultural, las características del grupo de artesanas y las prácticas productivas y simbólicas relacionadas con la cerámica. Según Hernández Sampieri (2014), el análisis descriptivo "consiste en organizar, resumir y presentar la información obtenida de manera que se puedan identificar patrones generales o tendencias" (p. 323), lo cual sirvió de base para los análisis posteriores más interpretativos.

2.5.2. Análisis temático

Posteriormente, se aplicó un análisis temático para identificar categorías emergentes y patrones comunes dentro de los discursos y observaciones. Esta técnica permitió agrupar los contenidos según temas clave como la identidad cultural, la sostenibilidad, la transmisión del conocimiento y el valor simbólico de la cerámica. De acuerdo con Braun & Clarke (2006), "el análisis temático es un método para identificar, analizar y reportar patrones (temas) dentro de los datos" (p. 79), siendo útil para construir una interpretación coherente de los significados compartidos entre las participantes.

2.5.3. Análisis narrativo

El análisis narrativo se aplicó principalmente en la interpretación de entrevistas a profundidad e historias de vida, permitiendo comprender los relatos personales de las artesanas como construcciones significativas que integran experiencias, emociones y memorias. Este enfoque dio lugar a una lectura más sensible de los procesos de

transmisión cultural, liderazgo y resistencia identitaria. Según Blanco (2011) destaca la importancia del análisis narrativo como una metodología cualitativa que permite comprender cómo las personas construyen significados a partir de sus experiencias.

2.5.4. Análisis de contenido

El análisis de contenido complementó las demás técnicas, al permitir examinar en detalle ciertos documentos, registros y transcripciones textuales. Esta técnica se utilizó para identificar frecuencias de palabras clave, representaciones culturales y énfasis temáticos, vinculando el lenguaje con el contexto cultural de la comunidad. Según, Bardin (2002) plantea que el análisis de contenido "permite inferencias replicables y válidas a partir de los datos en su contexto, con el objetivo de proporcionar conocimientos, nuevas comprensiones o una representación de los hechos" (p. 32), lo cual apoyó el rigor de la investigación cualitativa.

2.5.3. Análisis de PESTEL y FODA

Se utilizó también el análisis PESTEL para examinar los factores externos que influyen en la comercialización y sostenibilidad de la cerámica kichwa. Esta herramienta facilitó la identificación de variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales que afectan el contexto de la Red de Artesanas. Según Steffens (2017) , el análisis PESTEL "permite explorar el entorno macroeconómico y sociopolítico en el que operan las organizaciones, facilitando la toma de decisiones estratégicas" (p. 30), siendo útil para proponer estrategias de biomarketing alineadas al entorno territorial.

Finalmente, se aplicó el análisis FODA para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la sublínea Mayanchi Manga en el marco del Biocomercio. Esta herramienta estratégica permitió evaluar la situación interna de la organización artesanal y su relación con el entorno, considerando aspectos productivos, culturales y comerciales. Según Maguiña & Ugarriza (2016), el FODA permite identificar la**s**

Fortalezas y Debilidades internas de la empresa, así como las Oportunidades y Amenazas externas, y facilita la formulación de estrategias empresariales mediante un enfoque pragmático.

2.6 . Población y Muestra

"En el ámbito de la investigación, el concepto de población y muestra constituye un pilar fundamental para la validez y generalización de los resultados"(Coto et al., 2023, p. 5). La población directa está conformada por 29 miembros de la Red Yachak Awakkuna, de los cuales 15 pertenecen a la sublínea Mayanchi Manga. Sus edades oscilan entre los 18 y 70 años. La población indirecta incluye aproximadamente 145 personas de 9 comunidades de Cotundo.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este capítulo presenta los principales hallazgos obtenidos a partir de la aplicación de entrevistas semiestructuradas a integrantes de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna, en la comunidad de Cotundo, con el objetivo de caracterizar el conocimiento tradicional vinculado a la cerámica ancestral de la sublínea Mayanchi Manga. Los resultados se estructuraron según los objetivos específicos de la investigación y se apoyan en los diferentes métodos de análisis aplicados. Además, se incorporan los resultados del diagnóstico participativo, documentación de conocimiento tradicional y caracterización, se proponen tres estrategias de biomarketing con su respectivo cronograma.

3.1. Ubicación geográfica

La Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna está conformada por comunidades ubicadas en la parroquia Cotundo, cantón Tena, provincia de Napo. Esta zona se

caracteriza por su riqueza natural y cultural, y forma parte del Geoparque Mundial Napo Sumaco, declarado por la UNESCO, lo cual le otorga un alto valor patrimonial y ambiental.

Con el propósito de facilitar la visualización y comprensión del ámbito territorial en el que se desarrolla la sublínea cerámica Mayanchi Manga, se elaboró un mapa temático que representa los principales elementos vinculados al trabajo artesanal. Esta representación cartográfica incluye diversos componentes clave que permiten comprender la articulación entre territorio, producción y cultura.

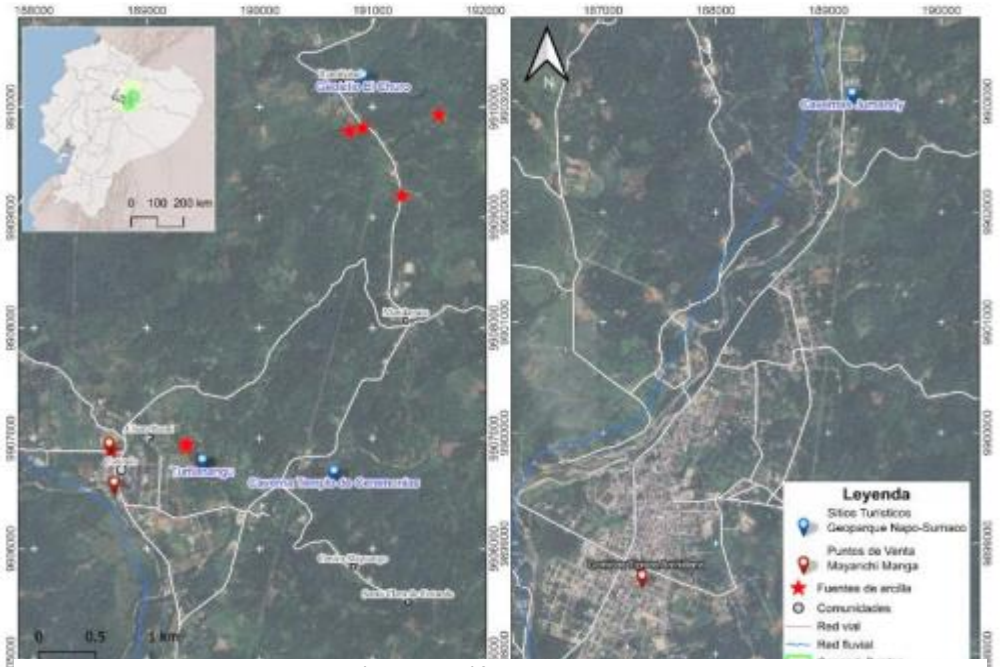


Figure 3-2. Mapa de ubicación geográfica del punto de venta Mayanchi Manga, comunidades asociadas, fuentes de arcilla y sitios turísticos del Geoparque Napo Sumaco.

En primer lugar, se identifican los puntos de venta de productos cerámicos de Mayanchi Manga, señalados con íconos de marcador rojo. Estos puntos muestran los lugares estratégicos donde se comercializa la producción artesanal. También se destacan las fuentes de arcilla, representadas con estrellas rojas, que indican las zonas de extracción de la materia prima utilizada por las artesanas en sus procesos de elaboración.

El mapa incorpora las comunidades participantes en la cadena de valor, tales como Tumanangu, Usayaku, Rumiñahui y Km 21 Sociedad Libre, que forman parte activa del proceso productivo y cultural. Asimismo, se marcan los sitios turísticos y patrimoniales con íconos azules, entre los que destacan la Caverna Templo de Ceremonias, las Cavernas de Jumandy y el Geositio El Churo, todos ellos relevantes en la promoción del turismo cultural y la valorización del entorno.

Adicionalmente, se señalan elementos naturales y de infraestructura, como el río Misahuallí y la red vial principal, los cuales cumplen un papel clave en la conectividad territorial, facilitando el transporte de materiales y productos, así como el acceso a mercados y visitantes.

El mapa incluye también una escala gráfica para la medición de distancias, la orientación cardinal (norte) para una correcta referencia espacial y un recuadro de localización nacional, que sitúa el área de estudio dentro del contexto geográfico del Ecuador.

Esta representación cartográfica constituye una herramienta fundamental para comprender la interrelación entre territorio, recursos naturales, comunidades y actividades artesanales. Aporta insumos valiosos para la planificación estratégica y el desarrollo sostenible de la sublínea Mayanchi Manga, en coherencia con los principios del biocomercio y el fortalecimiento del patrimonio cultural kichwa.

3.2. Línea de tiempo *Mayanchi Manga*

En el Anexo A. se presenta la línea del tiempo de la Asoc. Red de Artesanos Yachak Awakkuna dentro de la sublínea Mayanchi Manga, 2024. Esta línea de tiempo se alimenta del trabajo en Investigación Acción Participativa (IAP) y el trabajo etnográfico realizado a través de la observación participante de todo este proceso de recuperación.

La línea de tiempo presentada refleja el desarrollo del trabajo etnográfico y de Investigación Acción Participativa (IAP) realizado durante el año 2024 en la sublínea Mayanchi Manga de la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna. A lo largo del año, se llevaron a cabo diversas fases de investigación, desde la planificación y recolección de datos hasta el diseño y la implementación de estrategias de Biocomercio y biomarketing, con el objetivo de fortalecer la comercialización de las artesanías en cerámica y promover la sostenibilidad económica de las artesanas y la cultura kichwa.

Cada fase estuvo marcada por un enfoque participativo, en el que las artesanas jugaron un rol activo, contribuyendo con sus saberes y conocimientos. La línea de tiempo ilustra de manera detallada las actividades clave realizadas en cada etapa, así como los resultados alcanzados, lo que permitió identificar oportunidades de mejora y proponer acciones concretas para el fortalecimiento de la sublínea Mayanchi Manga en el contexto local y regional.

3.3. Diagnóstico participativo de la Asociación Yachak Awakkuna

En 2021, la Red impulsó la creación de una sublínea artesanal denominada Mayanchi Manga, enfocada en la elaboración de cerámica funeraria ancestral. Esta iniciativa, en colaboración con el Geoparque Napo Sumaco, con la designación UNESCO, responde al interés por rescatar la tradición de la alfarería kichwa ligada a prácticas funerarias amazónicas. Mayanchi Manga es fruto del diálogo colectivo entre artesanas e integrantes del Geoparque Napo Sumaco, quienes identificaron la necesidad de preservar este arte ancestral como parte esencial de la memoria histórica y cultural regional.

El proceso artesanal de esta sublínea combina sabiduría ancestral e innovación, inspirándose en petroglifos y elementos geológicos del paisaje de Cotundo. Las ollas de barro resultantes cumplen una función utilitaria y poseen un profundo significado espiritual, vinculándose a las prácticas funerarias tradicionales de la Amazonía.

Mediante entrevistas semiestructuradas, observación participante y grupo focal y foda con las integrantes de la Asociación Yachak Awakkuna, se desarrolló un diagnóstico participativo que permitió identificar la situación actual del trabajo artesanal vinculado a la sublínea de cerámica Mayanchi Manga. Las socias resaltan que la cerámica es un medio de transmisión del conocimiento ancestral kichwa y una vía para el fortalecimiento económico comunitario, aunque enfrentan limitaciones de infraestructura, escaso acceso a insumos y canales limitados de comercialización.

Durante los talleres participativos, se identificaron debilidades como la falta de espacios adecuados de producción y la dispersión organizativa, pero también fortalezas como el compromiso comunitario, el apoyo del Geoparque Napo y el potencial turístico y cultural del producto. Las mujeres expresaron su deseo de continuar desarrollando la cerámica como una fuente de ingreso y de transmisión cultural para las futuras generaciones.

El diagnóstico se realizó mediante talleres, entrevistas y observación participante , donde se identificaron las principales características de la sublínea Mayanchi Manga. Se constató la existencia de conocimientos ancestrales vigentes, especialmente relacionados con el modelado de ollas funerarias y utilitarias, transmitidos entre generaciones de mujeres kichwa.

La Red de Artesanas Yachak Awakkuna es una asociación comunitaria conformada por 29 miembros artesanas de la parroquia Cotundo, cantón Archidona, provincia de Napo. El 75 % de sus miembros son mujeres y el 25 % hombres, con edades que oscilan entre los 18 y 70 años. Su principal objetivo es la preservación y revalorización de los conocimientos ancestrales de la cultura kichwa, aplicados en la producción artesanal de cerámica y tejidos en fibras naturales. Este colectivo se ha consolidado como un modelo de empoderamiento para las artesanas y artesanos, quienes mediante el trabajo colectivo buscan fortalecer la identidad cultural y generar oportunidades económicas sostenibles en sus comunidades.

Entre los aspectos más relevantes del diagnóstico se identificaron: las socias participantes y grupo focal representando a la Asociación y sublínea *Mayanchi Manga*. Se presenta la nómina de las personas con las que trabajamos el proyecto.

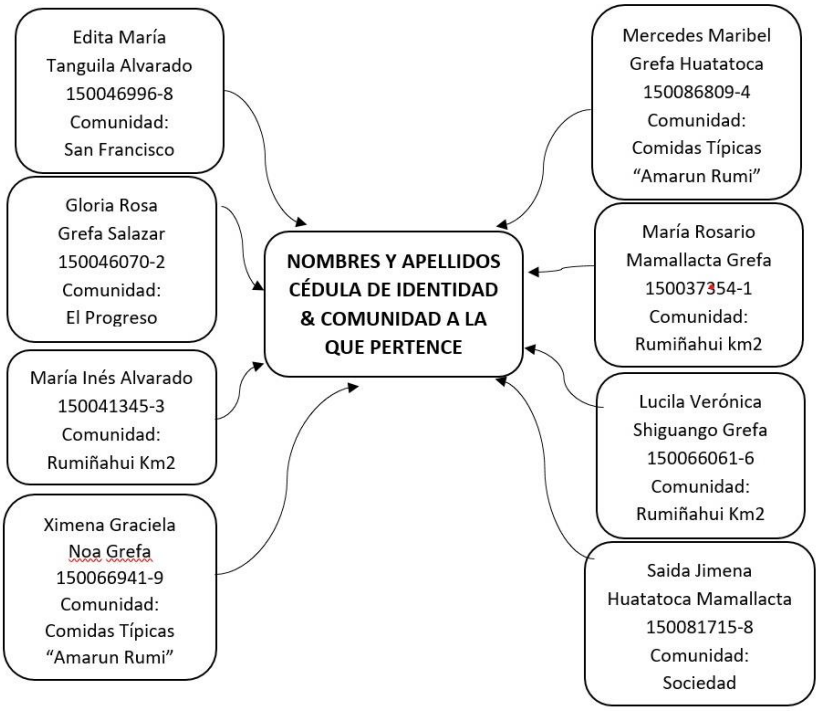


Figure 3-3. Nómina de las primeras socias participantes de la entrevista de la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna, 2024.

3.3.1. Diagnóstico FODA

El diagnóstico participativo permitió identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la gestión y proyección de la asociación. Se evidenció que la organización cuenta con un liderazgo comprometido, representado por mujeres kichwa con alto conocimiento cultural y habilidades artesanales. No obstante, se evidencian limitaciones en infraestructura, comercialización y capacitación técnica. A través del análisis FODA se identificaron los siguientes aspectos.

Este diagnóstico permite visualizar el contexto en el que se encuentra la organización, sus potenciales para crecer y los desafíos que enfrenta, lo que resulta esencial para la formulación de estrategias de desarrollo. En este caso, se utiliza para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna.

La Red de Artesanas Yachak Awakkuna cuenta con diversas fortalezas que le permiten posicionarse como un grupo con gran potencial dentro de la producción artesanal en la Amazonía ecuatoriana. El acceso a fuentes de arcilla de calidad, combinado con un profundo conocimiento ancestral y la identidad cultural Kichwa, le brinda una ventaja significativa en la creación de productos cerámicos con fuerte arraigo en la tradición.

Además, su vínculo con el Geoparque Napo Sumaco y las certificaciones obtenidas refuerzan su compromiso con la sostenibilidad y la conservación de saberes tradicionales. La equidad de género y la diversidad comunitaria fortalecen su capacidad de trabajo colaborativo e inclusivo.

Entre las oportunidades más relevantes destaca la participación activa de jóvenes y mujeres amazónicas, quienes ven en este oficio una vía para preservar y difundir su cultura. La inclusión en eventos como el Festival Interamericano de Artes Populares (CIDAP) les proporciona una plataforma de promoción. La creación de una sublínea de productos utilitarios como; vajillas, ollas funerarias, kallanas (ollas de barro tradicionales, sirven para cocinar) y favorece a la diversificación. Asimismo, los convenios con instituciones como UNESCO y la URAI abren posibilidades de colaboración, capacitación y comercialización a nivel nacional e internacional.

No obstante, la Red enfrenta ciertas debilidades que deben ser abordadas para fortalecer su sostenibilidad. Entre ellas, la falta de un diseño de marca sólido impide su adecuada diferenciación en el mercado. También, los precios elevados y la carencia de legalización formal limitan su competitividad. La ausencia de un taller propio y de

espacios colectivos para la producción y capacitación restringe el crecimiento organizativo y formativo.

A nivel externo, la Red enfrenta amenazas significativas como la competencia regional, el acceso limitado a sitios de extracción de arcilla en terrenos privados, y la falta de un espacio permanente para comercialización. Las dificultades logísticas para transportar productos fuera de la provincia y la escasa promoción reducen su alcance y visibilidad. Además, la falta de registro de propiedad intelectual pone en riesgo la protección de sus diseños tradicionales.Para superar estos desafíos, la Red de Artesanas Yachak Awakkuna debe enfocarse en mejorar su identidad visual y promoción, formalizar su estructura organizativa, y establecer alianzas estratégicas que les permitan contar con infraestructura propia. De igual forma, la caracterización de estrategias de biomarketing será clave para resaltar el valor cultural y ambiental de sus productos. Con un enfoque más estructurado y una mayor visibilidad, la Red podrá aprovechar al máximo sus oportunidades y garantizar la continuidad y crecimiento de su propuesta artesanal para Mayanchi Manga.

Table 3-1. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-Integración masculina al sector artesanal de la cerámica. -Capacitación permanente a las artesanas. -Fomenta el empoderamiento de la mujer en el trabajo artesanal. -Arcillas resistentes al fuego cumplen con los estándares de calidad. -Trabajo participativo y colaborativo por parte de los miembros de la Asociación Red de Artesanos Yachak Awakkuna. -Experiencia del proceso artesanal de la cerámica que ejercen las artesanas, al momento de elaborar los productos de ollas de barro. -Promueve la conciencia ecológica tanto ambiental, social y cultural.	-Participación de jóvenes y mujeres amazónicas -Crear diseños cómodos para los clientes. -Espacios de visibilización (Festival CIDAP, ferias, eventos culturales) -Aprovechamiento del entorno turístico para implementar estrategias vinculadas al trabajo que elaboran las artesanas. -Apoyo de ONGs, Unesco -Participación en programas de turismo comunitario y biocomercio -Diversificación de productos (vajillas, *kallana*, guayusa *upina*, funerarios) -Encontrar alianzas con asociaciones artesanales en las que se pueda hacer un grupo de artesanas, para que puedan ser reconocidas local, nacional e internacional. -Posicionarse con la marca en un futuro.

DEBILIDADES	AMENAZAS
-Falta de diseño de marca consolidado -No tienen el costo fijo de cada producto cerámico elaborado, que sean reconocidos por: Mano de obra de las artesanas que son costosas. -No legalización formal de la asociación -Falta de taller propio -Falta de talleres colectivos demostrativos -Falta de promoción y marketing para las ventas -Escasa innovación técnica -Falta de participación comunitaria activa en algunos espacios talleres -Necesidad de mejorar la calidad y presentación de los productos -Distancia -Falta de apoyo de entidades públicas, para que puedan exponer sus productos ya elaborados. -Local (No cuentan con uno propio) KM 12/comidas típicas/km 21	-Competencia de otros productores artesanales -Dificultades logísticas para el transporte de productos -Acceso restringido a sitios de extracción de arcilla (propiedad privada) -No contar con un lugar fijo para exhibición y venta -Falta de registro de propiedad intelectual -Pérdida potencial del conocimiento ancestral por falta de participación comunitaria -Escasa integración a plataformas como Napu Marka y Aproin. -Aislamiento geográfico y limitaciones para el comercio en otras provincias.

Nota: Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidad y amenazas de la Asociación.

3.3.2. Diagnóstico PESTEL

Table 3-2. Análisis PESTEL

Factor	Elemento relevante
Político	Apoyo limitado del gobierno local, pero respaldo puntual del Geoparque Napo
Económico	Baja rentabilidad actual; potencial en mercados de turismo cultural
Sociocultural	Rescate de saberes ancestrales; valorización creciente de productos con identidad
Tecnológico	Escasa innovación tecnológica; necesidad de hornos más eficientes
Ecológico	Extracción responsable de materias primas; conocimiento tradicional sobre el entorno
Legal	Asociación en vías de legalización formal, requiere constitución jurídica completa

Nota: Identificación de factores externos que influyen en la asociación.

Con el fin de fortalecer el análisis FODA de la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna, se propone la aplicación de metodologías complementarias como el análisis PESTEL, articuladas con los principios del Biocomercio. Faratro (2025) señala que “el

análisis PESTEL es una herramienta estratégica que clasifica las variables macro en seis categorías: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Su propósito es evaluar las influencias externas que pueden afectar a la organización, identificando amenazas y oportunidades" (pág. 3).

3.4. Percepción del grupo focal

Percepción del grupo focal se llevó a cabo con miembros de la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna con el objetivo de recopilar perspectivas sobre el empoderamiento de las artesanas en la elaboración de productos cerámicos con inspiración funeraria. La sesión de un primer acercamiento con el grupo de socias se realizó el 17 de julio de 2024 en la parroquia Cotundo, cantón Archidona, provincia de Napo, Ecuador.

Las entrevistas con los miembros de la Red de Artesanas *Yachak Awakkuna* fueron una experiencia profunda y reveladora. Cada persona compartió no sólo sus conocimientos, sino también su pasión por la preservación cultural y el futuro de la asociación. La emoción fue palpable cuando Saida Huatatoca y Estefanía Cabascango hablaron del potencial de las nuevas generaciones, mientras que Joaquina Tanguila y Mercedes Grefa expresaron su amor por la cerámica tradicional. Henry Grefa, con su visión del Geoparque, añadió una perspectiva invaluable para el ecoturismo.

Todos coincidieron en la necesidad de fortalecer la identidad y expandir el alcance de la Asociación. Las entrevistas realizadas a los miembros clave revelaron un profundo compromiso con la conservación del patrimonio cultural y la integración de la cerámica en la identidad comunitaria a pesar de las dificultades y desafíos, todos mostraron un fuerte deseo de innovar y expandir sus productos, mientras preservan las tradiciones ancestrales. La información brindada resalta la importancia de fortalecer la organización interna y explorar nuevas oportunidades de comercialización, con un enfoque en la sostenibilidad y el Biocomercio.

Table 3-3. Nómina de entrevistados.

N°	Nombre y Apellido	Cargo	Organización/Comunidad
1	Saida Jimena Huatatoca Mamallacta	Presidenta	Red de Artesanas *Yachak Awakkuna*
2	Joaquina Tanguila	Maestra ceramista	San Francisco de Cotundo
3	Mercedes Grefa	Socia de *Yachak Awakkuna*	Bohaloma,parroquia Cotundo
4	Henry Grefa	Presidente del Geoparque Napo Sumaco	Pueblo *Kichwa* de *Rukullakta* (PKR)
5	Estefanía Cabascango	Directora de proyectos y coordinadora de voluntariados	Geoparque Napo Sumaco

Nota: Nómina de los principales entrevistados de la Asociación Red de Artesanas Yachak Awakkuna, Proyecto Mayanchi Manga 2024.

Estos entrevistados abarcan un amplio espectro de roles dentro de la organización, desde maestras artesanas hasta coordinadores de proyectos, cada uno contribuyendo de manera única al objetivo común de rescatar y promover el conocimiento tradicional *Kichwa*. Para mayor información de las preguntas revisar el (ANEXO C).

3.5. Documentación de observación de eventos y actividades participantes de la sublínea de cerámica Mayanchi Manga

Durante los talleres como el de elaboración de ollas Mayanchi en la comunidad de San Francisco de Cotundo, se realizaron dinámicas grupales de diálogo intergeneracional que permitieron comprender la transmisión de conocimientos entre generaciones y el impacto de las enseñanzas de maestras ceramistas como Joaquina Tanguila. Esta interacción brindó una visión más profunda del valor que las artesanas asignan a su trabajo, permitiendo identificar las fortalezas y debilidades de la Red, así como su capacidad de innovar a partir de su herencia cultural.

Además, la observación participante permitió documentar eventos significativos como el lanzamiento de la línea Mayanchi Manga en la Universidad Ikiam y el cierre del

proyecto con un ritual tradicional de guayusa upina. En la cultura Kichwa de Napo, la guayusa es considerada una planta sagrada y una aliada espiritual para conectarse con el entorno natural. La guayusa upina no solo es una bebida, sino un elemento simbólico para fortalecer la unidad comunitaria. Este momento es propicio para compartir historias, reflexionar sobre los sueños, conectarse con los saberes ancestrales y planificar el día en colectivo.

Estas actividades representan hitos en el proceso de empoderamiento de las artesanas, así como espacios clave para la visibilizarían de su trabajo y fortalecimiento de los lazos comunitarios. La participación activa en estos eventos permitió recopilar datos sobre cómo las artesanas se presentan ante el público, qué narrativas construyen en torno a su producción artesanal, y cómo estas narrativas contribuyen a la valorización de su cultura.

La observación también fue esencial para comprender los desafíos que enfrentan, como la falta de un taller propio o la necesidad de mejorar la promoción y comercialización de sus productos. Estas realidades, que pueden pasar desapercibidas mediante otros métodos, resultan claves para proponer estrategias que aborden sus necesidades y fortalezcan su capacidad de autogestión.

3.6. Caracterización del conocimiento tradicional cerámico y su relación con el Biocomercio

El proceso para caracterizar el conocimiento tradicional se llevó a cabo a partir de un largo proceso etnográfico y el desarrollo de las diferentes ténicas de investigación. En primer lugar, a partir de las palabras clave del presente trabajo: Biocomercio, Biomarketing, Patrimonio Cultural, Cerámica, Conocimiento tradicional, se planifican los diferentes instrumentos de investigación utilizados, tanto diagnóstico, observación, trabajo etnográfico, entrevistas, grupo focal y esta información fue sistematizada. A partir de esta primera sistematización se caracteriza la información a partir de

elementos identificados tanto desde el Conocimiento tradicional ancestral y los principios del Biocomercio, como elementos que tienen similitudes y que convergen unos con otros en temas clave como la sostenilidad.permitiendo la unión entre el conocimiento ancestral- tradicional, los principios de Biocomercio, *biomarketing* generando conjuntamente el plan de acción propuesto para *Mayanchi Manga* como se puede observar a continuación en la **Figura 4.**



Figure 3-4. Conjunto de palabras entre cruzadas dentro del plan de acción.

En una segunda sistematización a partir de esta caracterización, se identificaron elementos claves en la elaboración de la cerámica, tales como la extracción manual de arcilla, el uso de pigmentos vegetales, la colaboración intergeneracional y la participación de mujeres guardianas del conocimiento. Estos aspectos se vinculan con los principios del Biocomercio: conservación de la biodiversidad, uso sostenible de los recursos, equidad social y valor al trabajo de las artesanas.

La siguiente tabla 4 presenta una síntesis entre los elementos utilizados en la elaboración de la cerámica, las prácticas tradicionales que los acompañan, sus narrativas asociadas y su vínculo directo con los principios del Biocomercio.

Table 3-4. Saberes ancestrales, sostenibilidad y equidad

Elementos Naturales	Prácticas Tradicionales	Narrativas	Relación con el Biocomercio / Principios Asociados
Arcilla	Extracción manual de fuentes locales	"El barro es la madre de nuestras creaciones."	Uso sostenible del recurso natural; conservación biodiversidad
Plantas nativas	Recolección para pigmentos y adornos	"Las plantas son nuestras aliadas en la creación."	Valor agregado y promoción de biodiversidad
Técnicas de alfarería	Modelado y cocción ancestral	"Cada olla cuenta una historia de nuestra gente."	Conservación del patrimonio cultural
Ceremonias tradicionales	Rituales de creación y uso	"El ritual nos conecta con nuestros ancestros."	Inclusión cultural; atractivo para mercados sostenibles
Diversidad cultural	Colaboración entre comunidades	"Unidas, somos más fuertes en la preservación."	Fortalecimiento del tejido social
Equidad de género	Participación activa de mujeres	"Las mujeres son las guardianas de nuestra tradición."	Empoderamiento y equidad social
Innovación	Nuevos diseños culturales	"Fusionamos lo antiguo con lo nuevo."	Diversificación de oferta para nuevos mercados

Nota: Convergencia entre saberes ancestrales, sostenibilidad y equidad en el modelo de Biocomercio aplicado a *Mayanchi Manga*

Esta tabla sintetiza cómo los elementos naturales utilizados en la cerámica ancestral se articulan con prácticas tradicionales, narrativas culturales y principios del Biocomercio. Se muestra cómo la extracción responsable de recursos, el respeto por la diversidad cultural y la equidad de género contribuyen a un modelo sostenible, inclusivo y culturalmente significativo en el contexto de la sublínea Mayanchi Manga.

Como tercera documentación, en el Anexo B se presenta el catálogo de los productos realizados con cerámica dentro de la Asociación Red de Artesanas *Yachak Awakkuna*, 2024 con la ayuda de la Instituto Nacional Patrimonio Cultural (INPC).

Este catálogo presenta las piezas cerámicas elaboradas por las artesanas de la Asociación Red de Artesanas *Yachak Awakkuna*, quienes mantienen vivas las técnicas tradicionales de cerámica *Kichwa*, transmitidas de generación en generación. Cada pieza es un reflejo de la conexión profunda y ancestral que brinda el entorno natural, utilizando materiales locales como la arcilla extraída de fuentes cercanas que se transforman en arte.

En el proceso de caracterización del conocimiento tradicional de la cerámica de la sublínea *Mayanchi Manga*, se identificaron múltiples elementos que reflejan una convergencia entre prácticas culturales, sostenibilidad ambiental y principios de equidad social. Esta articulación permite evidenciar cómo el Biocomercio no solo se fundamenta en la gestión responsable de recursos naturales, sino también en el reconocimiento del valor simbólico, espiritual y comunitario de los saberes ancestrales.

La sublínea Mayanchi Manga se distingue por su valor simbólico, histórico y espiritual. Antiguamente estas piezas eran utilizadas como urnas funerarias para los curacas y personas sabias de la comunidad. Actualmente, las artesanas se inspiran en ese legado para crear floreros, ceniceros, platos, jarras, vasos y vasijas, muchas de las cuales están destinadas a un uso doméstico o decorativo, y también como medio de innovación estética y cultural.

Las piezas son elaboradas a partir de arcillas extraídas de zonas identificadas como sagradas, lo que refuerza el vínculo espiritual con la tierra. El proceso de elaboración se realiza de forma manual, siguiendo técnicas ancestrales, incluyendo el uso del fuego y el ahumado final. Las artesanas han comenzado a explorar la incorporación de semillas, pigmentos naturales y diseño contemporáneo, aunque aún requieren apoyo técnico y logístico para concretar esta innovación.

3.7. Análisis temático y de contenido

A partir del análisis de las entrevistas se identificaron los siguientes temas centrales:

Table 3-5. Identificación de ejes temáticos.

Eje temático	Descripción
• Identidad cultural	• La cerámica representa una conexión con los ancestros y el territorio, siendo vista como un legado espiritual.
• Empoderamiento femenino	• Las mujeres artesanas valoran el trabajo colectivo como una forma de generar ingresos y autonomía.
• Valor ecológico y simbólico	• La extracción y uso responsable del barro, el respeto por los ciclos naturales, y el vínculo con la cosmovisión amazónica constituyen ejes de sostenibilidad y biocomercio.
• **Innovación y resignificación**	• Las artesanas buscan integrar nuevos diseños, semillas amazónicas y ornamentos que modernicen sin perder la esencia ancestral.

Nota: Se identificaron 4 ejes temáticos mediante el análisis temático y de contenido

3.8. Estrategias de Biomarketing

3.8.1. Categorización

En el Anexo D se encuentra la información de la categorización de estrategias de *biomarketing* propuestas para fortalecer la sublínea cerámica *Mayanchi Manga*, perteneciente a la Red de Artesanas *Yachak Awakkuna*. Estas estrategias se agrupan en tres categorías fundamentales: Biocomercio y Patrimonio Cultural, *biomarketing* y Comunicación Digital, y Cerámica y Conocimiento Ancestral, con un enfoque integral que combina identidad cultural, sostenibilidad ambiental y herramientas comunicacionales innovadoras. Cada categoría incluye subcategorías operativas con actividades específicas, cronograma de ejecución, responsables designados y un presupuesto estimado que permite proyectar la viabilidad.

A continuación, se realizó un organigrama para resumir y explicar una parte del cuadro planteado en el **(ANEXO D).**

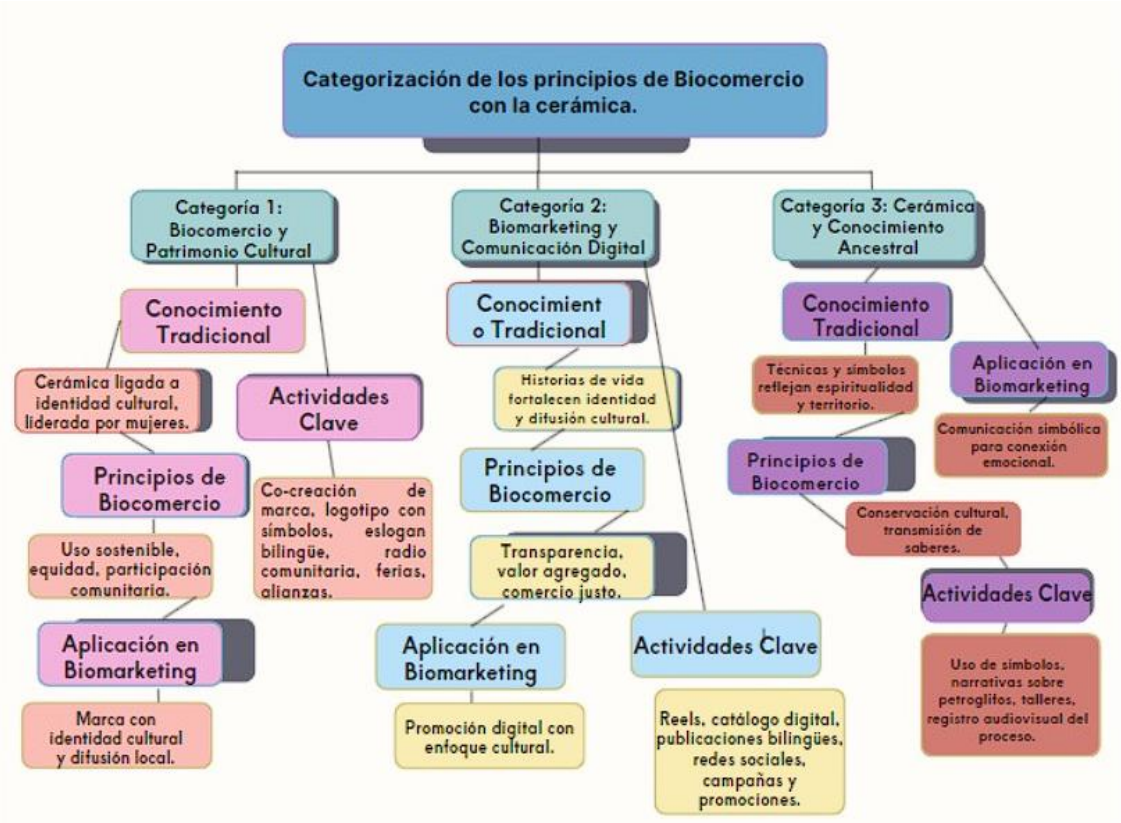


Figure 3-5. Organigrama de la Caracterización de los principios de Biocomercio con la cerámica, 2025.

3.8.2. Plan de acción y Cronograma de actividades para Mayanchi Manga

Finalmente, la categoría de revalorización de saberes ancestrales propone actividades centradas en la incorporación de símbolos, relatos sobre petroglifos y talleres vivenciales para transmitir el conocimiento cerámico a nuevas generaciones. Además, se incluye el registro audiovisual del proceso artesanal como herramienta de conservación y difusión del patrimonio intangible. Esta estrategia, con un presupuesto estimado de 630 dólares, refuerza la dimensión espiritual, simbólica y territorial del conocimiento tradicional.

En conjunto, el plan de acción representa una propuesta sostenible y culturalmente enraizada, que contribuye tanto a la conservación del saber ancestral como al fortalecimiento comercial de la sublínea *Mayanchi Manga*. El enfoque participativo y territorial permite consolidar un modelo de *biomarketing* coherente con los principios del Biocomercio y adaptado a las dinámicas locales, visualizar en **Anexo E**.

El cronograma presentado detalla la planificación temporal de las actividades vinculadas a las estrategias de *biomarketing* para la sublínea cerámica Mayanchi Manga, implementadas por la Red de Artesanas *Yachak Awakkuna* durante el año 2025. Este cronograma contempla acciones distribuidas a lo largo de los meses de junio a diciembre, organizadas según las tres categorías estratégicas: Biocomercio y Patrimonio Cultural, *biomarketing* y Comunicación Digital, y Revalorización de Saberes Ancestrales.

Cada actividad ha sido diseñada con base en la participación activa de las artesanas, expertos y actores comunitarios, priorizando la articulación entre el conocimiento ancestral y las herramientas contemporáneas de comunicación. La programación considera tanto eventos puntuales como talleres y ferias, así como procesos continuos como la difusión radial y la producción de contenidos digitales, para más información revisar el (**ANEXO E) y (Anexo F).** Este cronograma refleja no sólo una planificación estructurada, sino también una visión estratégica que busca garantizar la sostenibilidad cultural, económica y comunicativa del proyecto. Además, promueve una ejecución colaborativa que fortalece el sentido de identidad territorial y el empoderamiento colectivo de las mujeres *kichwa* artesanas.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La presente investigación permitió la caracterización integral del conocimiento tradicional de la cerámica *kichwa* en la sublínea *Mayanchi Manga* de la Asociación Red de Artesanas *Yachak Awakkuna*, localizada en la parroquia Cotundo, cantón Tena, provincia de Napo. A través de un enfoque cualitativo, sustentado en la Investigación Acción Participativa (IAP), se evidenció que la cerámica no sólo constituye una práctica artesanal, sino que representa un patrimonio cultural vivo, profundamente arraigado en la cosmovisión del pueblo *kichwa* Amazónico.

Se identificaron saberes ancestrales relacionados con la elaboración de piezas cerámicas funerarias, los cuales se mantienen vigentes mediante la transmisión oral y práctica entre generaciones de mujeres artesanas. Estas prácticas reflejan un fuerte vínculo con la tierra, los petroglifos y los elementos simbólicos del territorio, configurando un sistema de conocimiento integral, espiritual y territorial.

La aplicación del enfoque de Biocomercio permitió resaltar cómo la producción cerámica se alinea con principios de sostenibilidad, uso responsable de los recursos naturales, equidad social y conservación de la biodiversidad. La integración de estrategias de *biomarketing* como la creación de una identidad visual, eslogan, catálogo digital y la planificación de contenidos fortaleció la visibilidad de la sublínea *Mayanchi Manga* y aportó al empoderamiento de las artesanas mediante la articulación entre tradición y herramientas contemporáneas de comercialización.

El análisis FODA reveló un alto potencial de desarrollo sustentado en la organización comunitaria, el conocimiento ancestral y el compromiso intergeneracional; no obstante, también evidenció debilidades estructurales como la falta de legalización formal, ausencia de un taller propio y limitada presencia en mercados especializados. Frente a

ello, el diseño de un plan de acción estratégico con enfoque participativo sienta las bases para el crecimiento sostenible de la sublínea.

Finalmente, se concluye que la experiencia de *Mayanchi Manga* representa un modelo replicable para otras comunidades indígenas, al demostrar que el rescate cultural, el desarrollo local y la sostenibilidad económica pueden integrarse de manera armónica cuando se reconoce y potencia el valor de los saberes ancestrales.

4.2. Recomendaciones

Para la Asociación Red de Artesanas *Yachak Awakkuna*:

Fortalecer los procesos de formación continua, combinando técnicas tradicionales de cerámica con innovación en diseño, calidad y presentación, sin perder el vínculo espiritual y simbólico con la cultura *kichwa*.

Consolidar la identidad visual y comunicacional de la sublínea *Mayanchi Manga* mediante la implementación sostenida de la estrategia de *biomarketing* digital, presencia en redes sociales y participación en ferias especializadas.

Promover la participación activa de jóvenes y mujeres, incentivando el relevo generacional y el liderazgo femenino en la gestión organizativa, productiva y comercial de la Asociación.

Formalizar legalmente la Asociación, acceder a certificaciones de calidad y buscar el registro de propiedad intelectual de sus diseños y procesos, como mecanismos de protección de su patrimonio cultural.

Establecer acuerdos con los propietarios de las tierras privadas para acceder a las fuentes de arcilla, siempre y cuando se garantice la sostenibilidad y la equidad en la relación, la cual permita alinearse con los principios del Biocomercio

Para para ejecutar adecuadamente las estrategias de biomarketing.

Buscar capacitación continua en comunicación intercultural y digital a toda la asociación, mediante la organización de talleres donde se capacite a las artesanas en el uso de redes sociales (Facebook, Instagram, Whatsapp Business) desde el enfoque cultural y simbólico. También, enseñar cómo comunicar el valor espiritual, ecológico y ancestral de la cerámica sin descontextualización, adaptando los mensajes según el público (local, turístico, nacional)

Fortalecer la identidad colectiva, a través de espacios de reflexión y diálogo donde las artesanas profundicen en la simbología de sus piezas y contruyan un relato común que fortalezca la narrativa de marca colectiva. Asimismo, estimular la producción de contenido cultural (video, textos, fotos) elaborados por ella mismas o en colaboración con jóvenes de la comunidad.

Conformar comités internos de decisión que permitan una coordinación eficaz entre artesanas para que ejecuten colectivamente las estrategias propuestas gestionen pedidos y evalúen su impacto. Además, fomentar el liderazgo y rotación de roles para que todas participen activamente en la ejecución de acciones de biomarketing

Evaluar continuamente los resultados por medio de encuentros periódicos donde las artesanas evalúen juntas los avances, dificultades y aprendizajes del proceso de implementación del biomarketing. Utilizar metodologías participativas como mapas, líneas de tiempo o lluvias de ideas para facilitar esta evaluación.

Para instituciones, aliados estratégicos y tomadores de decisiones:

Apoyar con recursos técnicos, logísticos y financieros iniciativas como *Mayanchi Manga* que integren conocimientos ancestrales, Biocomercio y turismo comunitario.

Impulsar políticas públicas que valoren la artesanía indígena como un sector productivo culturalmente estratégico y fuente de desarrollo sostenible.

Facilitar el acceso a espacios de comercialización permanentes, talleres colectivos y plataformas digitales de venta, priorizando un enfoque territorial y con identidad local.
Para futuras investigaciones:

Ampliar los estudios sobre el impacto económico, social y cultural del trabajo artesanal *kichwa* en el territorio, con énfasis en juventudes, género y sostenibilidad.

Investigar otras sublíneas artesanales de la Amazonía ecuatoriana que puedan ser fortalecidas mediante estrategias de Biocomercio y *biomarketing* participativo.

En conclusión, la integración del conocimiento tradicional *kichwa* con principios modernos de sostenibilidad y mercadeo ofrece un camino prometedor para el desarrollo comunitario, la preservación cultural y la generación de ingresos justos. El éxito de la Asociación *Yachak Awakkuna* en este proceso es un ejemplo valioso para otras comunidades indígenas y emprendimientos artesanales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bardin,L.(2002).Análisisdecontenido.https://books.google.com.pe/books?hl=es&id=IvhoTqll_EQC&printsec=frontcover&utm.com#v=onepage&q&f=false

Blanco, M. (2011). Investigación narrativa: una forma de generación de conocimientos. Argumentos,24.https://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v24n67/v24n67a7.pdf

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology.Qualitative Research in Psychology,3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Cajahuishca Reascos, L. C. (2024). Análisis morfológico de vasijas cerámicas de la cultura KichwaAmazónicadelaProvinciadePastaza.https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/1f08caf3-8866-4813-9904-d31250fde44b

Cajal, A. (2022, marzo 17). Tipos de investigación científica. https://www.lifeder.com/tipos-investigacioncientifica/

Coto, W., Centeno, J., & Zúñiga, Y. (2023).Community participation and citizen strategies for disaster riksmanagement. Local experiences for sustainability in pandoraOeste, elValle laEstrella, Limón, CostaRica.Revista de Estudios Latinoamericanos sobreReducción del Riesgo de Desastres,7(1), 174–185.https://doi.org/10.55467/reder.v7i1.115

Enriquez, W. (2024, mayo 24). Fortalecimiento e innovación de las ollas de barro Mayanchi Manga, unatradiciónderitofunerarioenlaAmazoníaecuatoriana.IkiamNoticias.https://www.ikiam.edu.ec/index.php/saida-huatatoca-mamallacta-primera-mujer-indigenaamazonica-en-graduarse-como-ingeniera-en-geociencias-de-ikiam/

Fals, B. (1986). Conocimiento y poder popular: Lecciones con campesinos de Nicaragua, México yColombia.SigloXXIEditores.https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20130717043151/7FalsBorda.pdf

Faratro, M. (2025, junio 5). Análisis PESTEL: Entendiendo el Entorno de Negocio. https://www.bibliotecadeseguranca.com.br/wp-content/uploads/2025/02/el-analisis-pestel.pdf

Ferro, D. (2017). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollosustentableyelBuenVivir.RevistaEstudiosdelaGestión,1.https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5477?utm_source

Fundación Wiese. (2023, diciembre 13).¿Qué es el patrimonio cultural y cómo contribuye en nuestrosvínculos con las personas? Fundación Wiese. https://www.fundacionwiese.org/blog/es/que-es-elpatrimonio-cultural-y-como-contribuye-en-nuestros-vinculos-con-las-personas

García, L., Martínez, A., & Rodríguez, J. (2020). Pérdida y revitalización del conocimiento artesanal encomunidadesamazónicas.Journalofhttps://doi.org/10.5678/jis.v9i1.789IndigenousStudies, 9(1),45–60.

Guber,R.(2001).Laetnografía:método,campoyhttps://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=196611

Hamui, A., & Varela, M. (2013). La técnica de grupos focales.Inv Ed Med,www.elsevier.com.mx

HernándezSampieri,R.(2014).Metodologíadelareflexividad.2(1), 55–60.investigación.https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & del Pilar Baptista Lucio, M. (2010).Metodología de lainvestigación (5ta ed.). www.FreeLibros.com

Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004).Tutoría de la Investigación Científica: Guía para elaborar enformacreativayamenaeltrabajodegraduación (4taed.).https://es.scribd.com/document/365282896/Tutoria-de-La-Investigacion-Cientifica?utm

Jaramillo, V., Pacheco, J., Jaramillo, C., & Lastra-Bravo, X. (2016).The use of marketing on tourism:handicrafts market development of kichwa community Mandari Panga, Orellana, Ecuador.Siembra,3. https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/286

Maguiña, O., & Ugarriza, G. (2016). Análisis FODA: Un enfoque pragmático SWOT Analysis: A PragmaticApproach.PuebloCont,27.https://www.academia.edu/34411788/An%C3%A1lisis_FODA_Un_enfoque_pragm%C3%A1tico_SWOT_Analysis_A_Pragmatic_Approach

Ochoa, M. (2014).Patrones Funerarios de la Cultura Tivacuno,Ecuador [Pontificia Universidad Católica delEcuador]. https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/21197

ONG Mujeres. (2023).A través de bioemprendimientos con enfoque de género, mujeres ecuatorianasconstruyen un futuro sostenible. https://ecuador.unwomen.org/es/stories/noticia/2023/04/atraves-de-bioemprendimientos-con-enfoque-de-genero-mujeres-ecuatorianas-construyen-unfuturo-sostenible-0

Pacto Mundial. (2024).Marketing sostenible: así se construyen hoy las marcas del futuro. Pacto MundialRed España. https://www.pactomundial.org/noticia/marketing-sostenible-guia-marcas/

Pérez, M., & García, A. (2018). Marketing verde y comportamiento del consumidor sostenible en AméricaLatina.RevistaIberoamericanadeMarketingSostenible,10(1),15–31.https://libros.usc.edu.co/index.php/usc/catalog/download/323/455/6518?inline=1

Premauer, A. (2016). Cerámica Kichwa : cuerpo, materialidad y representación. EnFLACSO. CerámicaKichwa :cuerpo,materialidadyrepresentación.https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/8996

Rodríguez, R., & Gutiérrez, C. (2021). El marketing verde como estrategia de posicionamiento en elcontexto ecuatoriano.Revista Científica Mundo de la Investigación,5(1), 537–554.https://www.mundodelaconstruccion.com.ec/index.php/mundociencia/article/view/510

Solórzano. (2015a). Artesanía y cultura: La cerámica tradicional en comunidades indígenas de Ecuador.RevistadeEstudiosCulturalesAndinos,12(1),45–59.https://repositorio.ikiam.edu.ec/xmlui/handle/RD_IKIAM/168

Solórzano. (2015b). La transmisión del conocimiento tradicional en comunidades indígenas de laAmazoníaecuatoriana.RevistadeEstudiosAmazónicos,4(1),34–45.https://repositorio.ikiam.edu.ec/handle/RD_IKIAM/168

Solórzano, M. (2021). Cronología absoluta para el análisis diacrónico de la secuencia de ocupación del sitioarqueológico Pashimbi, alta amazonía ecuatoriana.Arqueología Iberoamericana,47, 4–5.http://purl.org/aia/4701.

Solórzano, M., Vasco, S., & Loza, G. (2022). Experimentando con el presente para entender el pasado yproyectar hacia el futuro los conocimientos milenarios de la producción cerámica Napo RunaQuijos.AntropologíaCuadernosdehttps://www.researchgate.net/publication/364304578

Spradley,J.(1980).Observación_Participante_Investigación,(R.Holt,26.Ed.).https://archive.org/details/participantobser0000spra/page/n7/mode/2up?utm

Steffens,G.(2017).ElanálisisPestel.https://www.bibliotecadeseguranca.com.br/wpcontent/uploads/2025/02/el-analisis-pestel.pdf?utm

Taylor, S., & Bodgan, R. (1984). La entrevista en profundidad: Introducción a los métodos cualitativos deinvestigación.PaidósIbérica.https://metodos.files.wordpress.com/2011/03/taylor_4_entrevistaprofundidad.pdf

Toledo, V., & Barrera, N. (2009). La memoria biocultural: La Importancia ecológica de las sabiduríastradicionales.CienciasUnam,96.https://www.revistas.unam.mx/index.php/cns/article/view/17958

UNCTAD. (2018).BioTrade Initiative: Principles and Criteria. United Nations Conference on Trade andDevelopment. https://unctad.org/biotrade

UNCTAD. (2020).BioTrade Principles and Criteria for terrestrial, marine and other aquaticbiodiversity-basedproductsanddocument/ditcted2020d2_en.pdf

UNESCO.(2003).Convenciónparalaservices. https://unctad.org/system/files/officialSalvaguardiadelPatrimonioCulturalInmaterial.https://ich.unesco.org/en/convention

UNESCO. (2022).Geoparque Napo Sumaco: patrimonio geológico, ecológico y cultural de la Amazoníaecuatoriana. https://es.unesco.org/news/unesco-declara-geoparque-napo-sumaco-patrimoniogeologico-ecologico-y-cultural-amazonia-ecuatoriana

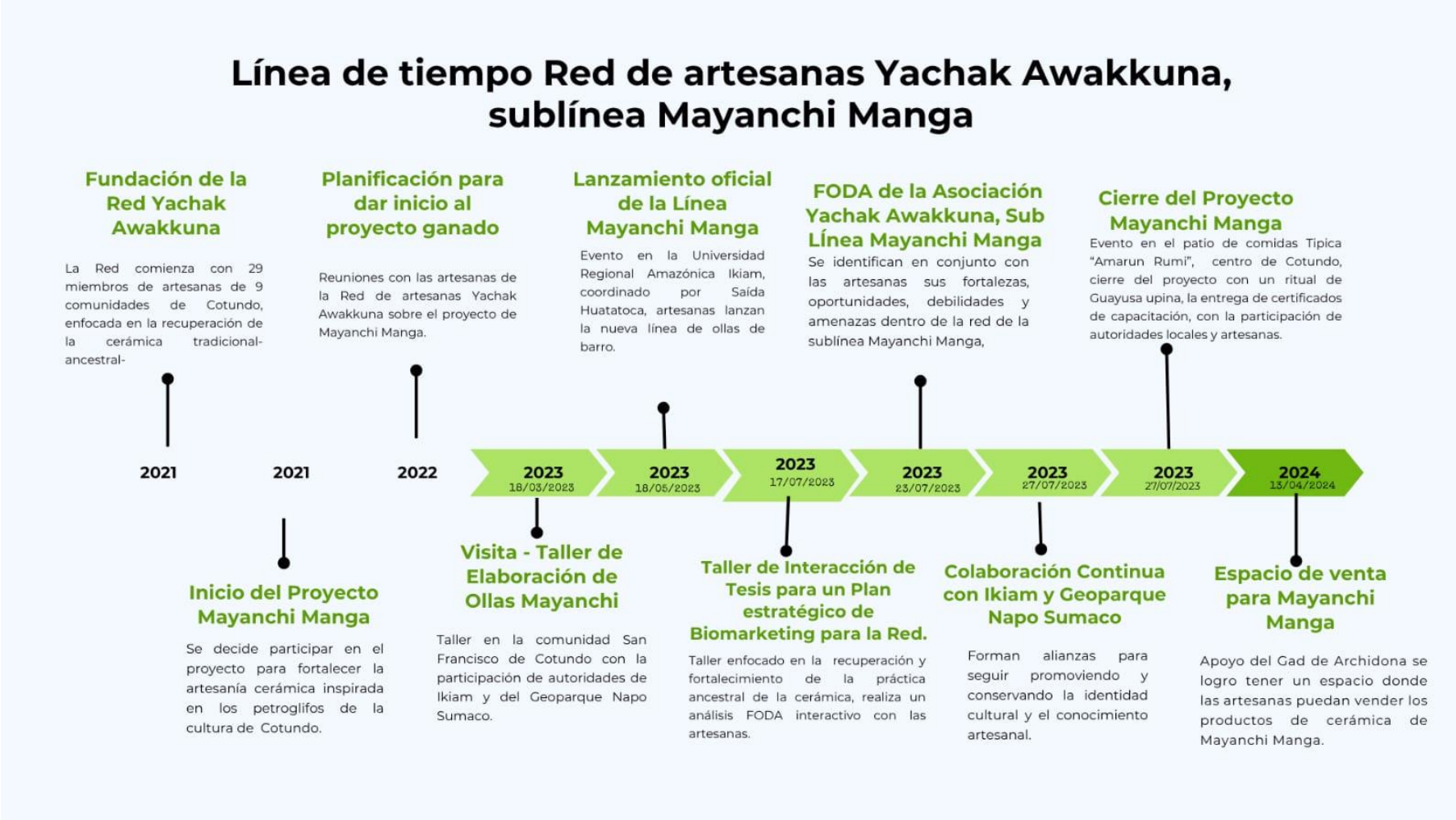
UNESCO. (2025).Global Geoparks: Napo Sumaco Geopark. https://en.unesco.org/global-geoparks/naposumaco

Viteri Toledo, T., & Mader, C. (2024). Dependencia y resistencia en la Amazonía colonial ecuatoriana: unestudio de cuentas de vidrio de una urna funeraria.Boletín de Arqueología PUCP,34, 76–95.https://doi.org/10.18800/boletindearqueologiapucp.202401.004

Yépez, P. (2019).Saberes ancestrales indígenas del Ecuador como solución a los problemas del siglo xx(Vol.202).Academíanacionalhttps://academiahistoria.org.ec/index.php/boletinesANHE/article/view/31dehistoria.

ANEXOS

ANEXO A. Preguntas realizadas de entrevista a socias de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna, 2024.



ANEXO B. Catálogo de productos de la Red de Artesanos Yachak Awakkuna.

RED DE ARTESANOS YACHAK AWAKKUNA
DEL GEOPARQUE NAPO
ASPIRANTE UNESCO
NAPO - ARCHIDONA- COTUNDO

N.	NOMBRE DEL OBJETO Y DESCRIPCION	IMAGEN
1	**Olla sopera Mayanchi** realizado con barro de buena calidad 28 CM DE ALTURA 25 DIAMETRO	
2	**Florero Mayanchi** 25 CM DE ALTURA	
3	**Azucarero Mayanchi** 10 CM DE ALTURA Y 13 DIAMETRO	
4	**Azucarero Mayanchi 2** 8 CM DE ALTURA Y 13 DIAMETRO	
5	**Mayanchi Manga 2 + collar**	
6	**Tinaja Mayanchi**	

N.	NOMBRE DEL OBJETO Y DESCRIPCION	IMAGEN
21	Collar la llave del saber	
22	Collar buho	
23	Collar pumamikuk	
24	Collar pamga	
25	Llavero lorito	
26	Collar ñavipamba	

N.	NOMBRE DEL OBJETO Y DESCRIPCION	IMAGEN
15	Cucharero Mayanchi	
16	Replica hacha Mayanchi	
17	Vasija dorada Vasija con primera quemada	
18	Olla MayanchiSisa	
19	Cafe Mayanchi Taza y platillo para cafe	
20	Utensilio de cocina Juego para la cocina	

N.	NOMBRE DEL OBJETO Y DESCRIPCION	IMAGEN
7	**Myanchi varron** 13CM DE ALTURA Y 11 DE DIAMETRO	
8	**Cenizario Mayanchi** 19 CM DE LARGO 15 CM DE ANCHO 9 CM DE ALTURA	
9	**Mini olla arrocera Mayanchi** 22CM DE ALTURA Y 20 DE DIAMETRO	
10	**Mujer pachama** 30 CM DE ALTURA	
11	**Mayanchi mujer**	
12	**Karirunamanga** ALTURA 24 CM DIAMETRO 24 CM	
13	**Vasija** 6CM DE ALTO Y 14 DE DIAMETRO	
14	**Vasija pequeña**	

ANEXO C. Preguntas de la Entrevista.

N° Preguntas de Entrevista 1re acercamiento a socias.

¿ Nombre y Apellidos?

¿En qué comunidad vive actualmente?

¿A qué se dedica usted?

¿Me podría dar un detalle de la Asociación?

¿En cuanto tiempo lleva la Asociación de la Red de Artesanas Yachak Awakkuna en el proceso artesanal de la cerámica Mayanchi Manga?

¿Cuántas mujeres y hombres trabajan en la Asociación de Yachak Awakkuna?

¿ Cómo surge el nombre de Yachak Awakuna? ¿Es legalizada?

¿Qué productos artesanales nomas elaboran?

¿Cuántas mujeres trabajan en la Asociación de Yachak Awakkuna?

¿ Cómo surge el nombre de Yachak Awakuna? ¿Está legalizada?

¿Le gustaría que su producto artesanal tenga algún punto de venta?

¿ Qué problemas ha encontrado usted dentro de la Asociación? y cómo lo mejoraría?

¿Tiene apoyo de alguna institución pública o privada?

¿Qué te motivó a trabajar con el tema de la cerámica? ¿ Cuál es la tradición del Mayanchi Manga? Nos puede contar alguna tradición cultural que sea parte de este trabajo.

¿ Cree que es importante mantener el valor cultural en su asociación, porque?

Cuáles son los planes a futuro para su trabajo como artesanos, que proyectos tienen?

¿ Cómo ha ayudado a progresar el Geoparque Napo Sumaco en la Asociación?

¿ Han tenido alguna dificultad para sacar sus productos?

ANEXO D. Categorización de los principios de Biocomercio con la cerámica.

Categorías	Fase 4. Caracterización conocimiento tradicional	Principios que cumplen con el Biocomercio	Caracterización para las estrategias - Biomarketing	Actividades / Subcategoría
Categoría 1: Biocomercio y Patrimonio Cultural	La cerámica ancestral está ligada a la identidad cultural, transmitida oralmente y protegida por la comunidad, especialmente por las mujeres.	Uso sostenible de recursos, respeto por la cultura local, equidad social y participación comunitaria.	Estrategias que promueven la valoración cultural y social, desarrollo de marca con símbolos ancestrales y difusión en espacios comunitarios.	**Plan de Acción Participativo / Desarrollo de Marca:** 1. Taller de co-creación de marca con artesanas 2. Diseño de logotipo con elementos culturales 3. Definición de eslogan en Kichwa y español 4. Manual de identidad visual **Estrategia comunicativa:** 1. Difusión en radio comunitaria 2. Participación en ferias locales 3. Creación de posters y volantes 4. Alianzas con centros educativos y turísticos
Categoría 2: Biomarketing y Comunicación Digital	Historias y saberes de las artesanas se visibilizan para fortalecer identidad y promover la cerámica en espacios digitales.	Transparencia, valor agregado, beneficio para la comunidad, promoción sostenible y comercio justo.	Estrategias digitales para difusión y promoción que conectan al público con la cultura y el producto, usando contenido multimedia y redes sociales.	**Activación Digital / Desarrollo de Contenido:** 1. Historias de vida de artesanas 2. Producción de reels y videos cortos 3. Catálogo digital con piezas y significados

				4. Publicaciones biligues/ kichwa y español **Difusión en redes:** 1. Gestión de Facebook e Instagram 2. Calendario editorial 3. Campañas de interacción 4. Promociones digitales
Categoría 3: Cerámica y Conocimiento Ancestral	El conocimiento ancestral está vivo en las técnicas, símbolos y prácticas cerámicas, con un fuerte componente espiritual y territorial.	Conservación del patrimonio cultural, transmisión intergeneracional y respeto por la identidad comunitaria.	Uso de símbolos y narrativas ancestrales en productos y comunicación, para reforzar la conexión cultural y emocional con clientes y visitantes.	**Revalorización de saberes / Comunicación simbólica y ancestral** 1. Uso de símbolos ancestrales en piezas 2. Narrativas sobre petroglifos 3. Talleres con visitantes y jóvenes 4. Registro audiovisual del proceso cerámico

ANEXO E. Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN PARA LA SUBLÍNEA MAYANCHI MANGA							
Categorización	Estrategia de Biomarketing	Subcategoría	Actividades	Tiempo (meses)	Responsable	Presupuesto estimado	Valor total
Categoría 1: Biocomercio y Patrimonio Cultural	Plan de Acción Participativo	Desarrollo de Marca	1. Taller de co-creación de marca con artesanas	Junio	Facilitadora + artesanas	150	150
			2. Diseño del logotipo con elementos culturales	Julio	Diseñadora local	200	200
			3. Definición del eslogan en Kichwa y español	Julio	Facilitadora + traductor	100	100
			4. Elaboración del manual de identidad visual	Agosto	Diseñadora gráfica	250	250
	Estrategia comunicativa		1. Difusión en radio comunitaria	Junio–Noviembre	Coord. Comunicación	$30/mes x 6 = $180	180
			2. Participación en ferias locales	Agosto y Noviembre	Comité de producción	$100 x 2 = $200	200
			3. Creación de posters y volantes	Julio	Jóvenes colaboradores	120	120
			4. Alianzas con centros educativos y turísticos	Julio-Septiembre	Coord. Relaciones	50	50
			Total estimado Categoría 1				1.25
Categoría 2: Biomarketing y Comunicación Digital	Activación Digital	Desarrollo de Contenido	1. Creación de historias de vida de las artesanas	Julio	Facilitadora + equipo digital	150	150
			2. Producción de reels y videos cortos	Julio-Agosto	Audiovisual comunitario	250	250

			3. Diseño de catálogo digital con piezas y significados	Agosto	Diseñador gráfico	200	200
			4. Publicaciones con frases en Kichwa y español	Agosto-Septiembre	Comunicador/a	100	100
	Estrategias en redes		1. Creación y gestión de cuentas en Facebook e Instagram	Julio	Comunicador/a	50	50
			2. Calendario editorial mensual	Julio–Diciembre	Comunicador/a	$30/mes x 6 = $180	180
			3. Campañas de interacción con el público	Agosto-Noviembre	Comunicador/a + equipo joven	150	150
			4. Promociones digitales de temporada	Noviembre-Diciembre	Coord. Promoción	100	100
			Total estimado Categoría 2				1180
Categoría 3: Cerámica y Conocimiento Ancestral	Revalorización de saberes	Comunicación simbólica y ancestral	1. Incorporación de símbolos ancestrales en las piezas	Julio	Artesanas + sabios	80	80
			2. Narrativas sobre petroglifos en publicaciones	Julio-Agosto	Historiador + comunicador	100	100
			3. Talleres vivenciales con visitantes y jóvenes	Septiembre	Equipo de facilitación	200	200
			4. Registro audiovisual del proceso cerámico con relatos	Septiembre-Octubre	Comunicador/a audiovisual	250	250
			Total estimado Categoría 3				630
TOTAL GENERAL ESTIMADO: $3.060							

ANEXO F. Cronograma de la sublínea Mayanchi Manga.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE ESTRATEGIAS DE LA SUBLÍNEA MAYANCHI MANGA- RED DE ARTESANAS YACHAK AWAKKUNA 2025				
Fecha	Categoría	Estrategia	Actividad	Observaciones
Junio 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Plan de Acción Participativo	Taller de co-creación de marca con artesanas	Lugar: Centro comunitario Cotundo
Julio 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Plan de Acción Participativo	Diseño del logotipo con elementos culturales	Con diseñadores gráficos
Julio 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Plan de Acción Participativo	Definición del eslogan en Kichwa y español	Participación de artesanas y líderes
Agosto 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Plan de Acción Participativo	Elaboración del manual de identidad visual	Trabajo conjunto con diseñador
Junio - Noviembre 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Estrategia comunicativa	Difusión en radio comunitaria (programas semanales)	Coordinar con emisora local
Julio 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Estrategia comunicativa	Creación de posters y volantes	Impresión y distribución local
Julio - Septiembre 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Estrategia comunicativa	Alianzas con centros educativos y turísticos	Visitas a instituciones
Agosto 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Estrategia comunicativa	Participación en feria local	Promoción directa y venta
Noviembre 2025	Biocomercio y Patrimonio Cultural	Estrategia comunicativa	Participación en feria local	Evento de cierre de campaña
Julio 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Activación Digital	Creación de historias de vida de las artesanas	Grabación y entrevistas
Julio - Agosto 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Activación Digital	Producción de reels y videos cortos	Edición y publicación
Agosto 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Activación Digital	Diseño de catálogo digital con piezas y significados	Diseño gráfico y revisión
Agosto - Septiembre 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Activación Digital	Publicaciones con frases en Kichwa y español	Calendario editorial mensual

Julio 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Estrategias en redes	Creación y gestión de cuentas en Facebook e Instagram	Configuración inicial
Julio - Diciembre 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Estrategias en redes	Calendario editorial mensual	Planificación y revisión
Agosto - Noviembre 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Estrategias en redes	Campañas de interacción con el público	Publicaciones, concursos, lives
Noviembre - Diciembre 2025	Biomarketing y Comunicación Digital	Estrategias en redes	Promociones digitales de temporada	Descuentos, sorteos
Julio 2025	Cerámica y Conocimiento Ancestral	Revalorización de saberes	Incorporación de símbolos ancestrales en las piezas	Taller práctico
Julio - Agosto 2025	Cerámica y Conocimiento Ancestral	Revalorización de saberes	Narrativas sobre petroglifos en publicaciones	Desarrollo de contenido
Septiembre 2025	Cerámica y Conocimiento Ancestral	Revalorización de saberes	Talleres vivenciales con visitantes y jóvenes	Inclusión a la comunidad
Septiembre - Octubre 2025	Cerámica y Conocimiento Ancestral	Revalorización de saberes	Registro audiovisual del proceso cerámico con relatos	Documentación y edición