



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL PARA LA
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AMBULANTES
RUTA DEL SOL DE LA COMUNA
LIBERTADOR BOLÍVAR
DE LA PROVINCIA DE
SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: EDINSON GABRIEL DE LA CRUZ TUMBACO

TUTORA: HERMELINDA DEL ROCÍO COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL PARA LA
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AMBULANTES
RUTA DEL SOL DE LA COMUNA
LIBERTADOR BOLÍVAR
DE LA PROVINCIA DE
SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: EDINSON GABRIEL DE LA CRUZ TUMBACO

TUTORA: HERMELINDA DEL ROCÍO COCHEA TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Octubre 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AMBULANTES RUTA DEL SOL DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**” elaborado por el Sr. **EDINSON GABRIEL DE LA CRUZ TUMBACO**, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Econ. Hermelinda Del Rocío Cochea Tomalá

TUTOR

DEDICATORIA

Quiero dedicárselo en primer lugar a Dios por ser quien me guía y cuida de mí siempre derramándome constantemente sus bendiciones en mi vida para seguir adelante y guiarme por el camino del bien.

También quiero dedicárselo de manera especial a mi mamá Esther Tumbaco Ramírez, a mi papá Gilberto De La Cruz Tumbaco y a mi hermano Galo De La Cruz Tumbaco, quienes son los que constantemente me han apoyado en cada decisión de mi vida y me han sabido inculcar valores, a formarme como una persona de bien y poder levantarme ante las derrotas y dificultades que se presentan en la vida diaria, gracias a ellos soy lo que soy ahora.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a DIOS por guiarme en el camino del bien. De igual manera agradezco a la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar por haberme permitido realizar mi trabajo de titulación proveyéndome de excelente información de los mismos.

Y por último agradezco también a la UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA que ha sido la institución donde me forme profesionalmente, y los docentes por brindarme sus conocimientos adquiridos día a día.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc
DIRECTOR DE ESCUELA

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESOR – TUTOR

Ing. Linda Núñez Guale, MSc
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL PARA LA ASOCIACIÓN
DE ARTESANOS AMBULANTES RUTA DEL SOL DE LA
COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

Autor: EDINSON GABRIEL DE LA CRUZ TUMBACO

Tutora: Econ. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ

RESUMEN

El proyecto consiste en la creación de un Centro Artesanal para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del sol de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena, mediante los diferentes estudios de mercado, técnicos, administrativos y económicos-financieros que se desarrollaron para establecer la viabilidad del proyecto en mención, lo que se determinó como parte primordial para el comienzo del proyecto fueron las características y el tamaño del mercado, para definir cuáles serían los problemas y necesidades que ostenta los artesanos en dicha comuna por lo cual se pudo determinar que existen muchos intermediarios que ocasionan malestar y descontento por la adquisición de productos terminados en muy bajos costos y de poco beneficio para los socios. En la diversidad de artesanías de nuestro país se ve reflejada la variedad de conocimientos y de materias primas involucradas en su elaboración, que a su vez nos hablan de la diversidad de etnias y de ambientes en los que cada una desarrolla su cultura. Para ello se analizó los antecedentes, situación actual del sector comercio y el subsector artesanal y sus perspectivas, luego identificar las características y efectos socio-económicos particulares de la comunidad, La metodología empleada en este trabajo es de tipo descriptivo, primero para saber todo sobre la comunidad, su entorno y manera en la que desarrollan las actividades artesanales ya que sus productos son la base fundamental del proyecto, también se formula el proyecto con los pasos para creación de empresa. Es común encontrar que las piezas manufacturadas no sólo resuelven aspectos prácticos de la vida de quienes las producen, sino que además forman parte de su cosmovisión. A través del respectivo estudio financiero el proyecto se considera factible, al poder constatar por la Tasa Interna de Retorno – TIR lo cual nos da un 36%, y que debido a los altos ingresos económicos por las ventas es rentable, la misma que representa una fuente de nuevas oportunidades de trabajo, capacitándolos en las áreas que estén laborando y de esta manera se estará aportando con el desarrollo de la provincia de Santa Elena como también de la comuna innovando y creando productos de calidad.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
Introducción.....	1
MARCO CONTEXTUAL	3
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema.....	5
Sistematización del problema.....	5
Justificación.....	6
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Hipótesis.....	9
Operacionalización de las variables.....	9
Variable independiente.....	9
Variable dependiente.....	9
Operacionalización de las variables.....	10
CAPÍTULO I	12
MARCO TEORICO	12
1.1.ANTECEDENTES DEL TEMA.....	12
1.1.1.Tipos de artesanías ecuatorianas:.....	15
1.1.2.La competitividad de las artesanías ecuatorianas:.....	16
1.1.3.Artesanías en la provincia de Santa Elena.....	18
1.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	19
1.2.1.Clasificación de las artesanías.....	23
1.2.2.Importancia del sector artesanal.....	24
1.3.MARCO LEGAL.....	33
1.3.1.Constitución de la república del Ecuador - 2008.....	33

1.3.2.Ley de la economía popular y solidaria - 2009	34
1.3.3.Ley de defensa del artesano - 2008	35
1.3.4.Código orgánico de la producción - 2010	35
1.3.5.Plan nacional del buen vivir 2013-2017	36
1.3.6.Normas internacionales de información financiera - NIIF	36
1.3.7.Normas internacionales de contabilidad	38
1.4.MARCO REFERENCIAL	43
1.4.1.Aspectos geográficos de la comuna	43
1.4.2.Clima y temperatura.....	43
1.4.3.Aspectos históricos	44
1.4.4.Aspectos socioeconómicos	44
1.4.4.1.Población.....	44
1.4.4.2.Educación.....	44
1.4.4.3.Actividad económica.....	45
1.4.4.4.Servicios básicos	45
1.4.4.5.Vías de acceso y comunicación.....	46
1.4.4.6.Transporte público	46
1.5.ENTORNO SOCIAL	46
1.6.FACTOR TECNOLÓGICO	47
CAPÍTULO II	48
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	48
2.1.DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	48
2.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	48
2.3.TIPO DE INVESTIGACIÓN	49
2.3.1.Tipo de investigación por el propósito.....	49
2.3.1.1.Investigación aplicada.....	49
2.3.2.Tipo de investigación por el nivel de estudio	50
2.3.2.1.Nivel descriptivo o correlacional	50
2.3.3.Tipo de investigación por el lugar.....	50
2.3.3.1.Bibliográfica.....	50
2.3.3.2.De campo	51
2.4.MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.4.1.Método inductivo o sintético.....	51
2.4.2.Método deductivo analítico.....	51

2.5.TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	52
2.5.1.Encuesta.....	52
2.6.INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
2.7.POBLACIÓN Y MUESTRA.....	53
2.7.1.Población.....	53
2.7.2.Muestra.....	53
2.8.PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
CAPÍTULO III.....	56
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	56
3.1.ANÁLISIS DE ENCUESTA.....	56
3.2.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
CAPÍTULO IV.....	78
CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AMBULANTES RUTA DEL SOL DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.....	78
4.1.ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	78
4.1.1.Segmentación de mercado.....	78
4.2.DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO.....	79
4.3.IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES METAS.....	80
4.3.1.Género.....	80
4.3.2.Edad.....	80
4.3.3.Ingreso aproximado.....	80
4.4.FRECUENCIA DE COMPRA.....	80
4.5.PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	81
4.5.1.Demanda actual.....	81
4.5.2.Proyección de la demanda.....	82
4.6.ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	82
4.7.IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES.....	83
4.8.DEMANDA INSATISFECHA.....	84
4.9.MARKETING MIX.....	85
4.9.1.Producto.....	85
4.9.2.Precio.....	85
4.9.2.1.Estrategias de precios.....	86
4.9.3.Estrategias de distribución.....	86

4.9.3.1. Identificación del canal óptimo	87
4.9.4. Promoción	88
4.9.4.1. Presupuesto de promoción	88
4.9.5. Estrategias competitivas	89
4.10. ESTUDIO TÉCNICO	91
4.10.1. Infraestructura de la empresa	91
4.10.2. Capacidad instalada	92
4.10.3. Ubicación del proyecto	94
4.10.4. Descripción de los procesos	95
4.10.4.1. Diagrama de flujo de los procesos	95
4.10.5. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas	97
4.11. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL	98
4.11.1. Estudio administrativo	98
4.11.2. Estudio organizacional	98
4.11.3. Marco legal	99
4.11.4. Acta de constitución	102
4.11.5. Misión	105
4.11.6. Visión	105
4.11.7. Objetivo general	105
4.11.7.1. Objetivos específicos	105
4.11.8. FODA del centro artesanal	106
4.11.9. Valores institucionales	107
4.11.10. Actividades de la empresa	107
4.11.10.1. Principales	107
4.11.11. Estructura orgánica administrativa	109
4.11.11.1. Organigrama estructural	109
4.11.11.2. Responsabilidades de los departamentos	110
4.12. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	114
4.12.1. Inversión inicial	114
4.12.1.1. Activos fijos	114
4.12.1.2. Inversión en obras físicas	115
4.12.1.3. Capital de trabajo	116
4.12.1.4. Resumen de inversión inicial	116
4.12.2. Financiamiento	117

4.12.2.1.Amortización de la deuda.....	117
4.12.3.Proyección de ventas.....	117
4.12.4.Costos operativos	120
4.12.4.1.Costos operativos proyectados.....	120
4.12.5.Depreciación	121
4.12.6.Estado de resultados proyectado (PyG)	122
4.12.7.Flujo de caja proyectado	123
4.12.8.Evaluación financiera del flujo.	124
4.12.8.1.Tasa de descuento	124
4.12.8.2.Valor actual neto - VAN	124
4.12.8.3.Tasa interna de retorno - TIR.....	124
4.12.8.4.Periodo de recuperación de la inversión del proyecto	124
4.12.9.Punto de equilibrio	125
4.12.10.Escenarios (optimista – probable – pesimista).....	130
4.13.ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO	130
4.13.1.Análisis de la evaluación ambiental.....	130
4.13.2.Análisis socio-económico del proyecto	131
CONCLUSIONES	132
RECOMENDACIONES	133
BIBLIOGRAFÍA	134
ANEXOS	136

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 – Variable Independiente	25
CUADRO N° 2 – Variable Dependiente	25
CUADRO N° 3 - Distribución de artesanías	25
CUADRO N° 4 - Talleres de cerámica	26
CUADRO N° 5 - Talleres de paja toquilla	26
CUADRO N° 6 - Talleres de joyería	27
CUADRO N° 7 - Talleres de textiles y tejidos	27
CUADRO N° 8 - Talleres de tagua y afines	28
CUADRO N° 9 - Población provincia de Santa Elena	53
CUADRO N° 10 - Demanda actual	81
CUADRO N° 11 - Proyección de la demanda	82
CUADRO N° 12 - Análisis de oferta proyectada	83
CUADRO N° 13 - Demanda insatisfecha	84
CUADRO N° 14 - Costos de publicidad	89
CUADRO N° 15 - Tiempo de producción de artesanías	92
CUADRO N° 16 - Tiempo de producción instalado por producto	93
CUADRO N° 17 - Capacidad instalada anual (u/año)	93
CUADRO N° 18 – Capacidad utilizada anual (docenas/año)	94
CUADRO N° 19 - Proyección de la capacidad utilizada a 5 años	94
CUADRO N° 20 - Simbología del flujo de proceso	95
CUADRO N° 21 - Tiempo de elaboración de hamacas	956
CUADRO N° 22 - Balance de maquinarias y equipos	97
CUADRO N° 23 – FODA del centro artesanal	106
CUADRO N° 24 – Activos fijos	115
CUADRO N° 25 – Inversión en obras físicas	116
CUADRO N° 26 – Capital de trabajo	116
CUADRO N° 27 – Resumen de inversión inicial	117
CUADRO N° 28 – Amortización de la deuda	117
CUADRO N° 29 – Proyección de venta bisuterías	118
CUADRO N° 30 – Proyección de venta hamacas	118
CUADRO N° 31 – Proyección de ventas artículos de tagua	119

CUADRO N° 32 – Proyección de ventas lámparas artesanales	119
CUADRO N° 33 – Costos operativos proyectados	120
CUADRO N° 34 – Depreciación	121
CUADRO N° 35 – Estado de resultados proyectado (PyG).....	122
CUADRO N° 36 – Flujo de caja proyectado	123
CUADRO N° 37 – Recuperación de la inversión.....	125
CUADRO N° 38 – Punto de equilibrio bisuterías	126
CUADRO N° 39 – Punto de equilibrio hamacas	127
CUADRO N° 40 – Punto de equilibrio artículos de tagua.	128
CUADRO N° 41 – Punto de equilibrio lámparas artesanales.....	129
CUADRO N° 42 – Escenarios (optimista – probable – pesimista)	130

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 – Género	56
TABLA N° 2 - Estado civil.....	57
TABLA N° 3 - Rango de edad.....	58
TABLA N° 4 - Nivel de ingreso	59
TABLA N° 5 - Conocimiento de artesanías	60
TABLA N° 6 - Artesanías elaboradas en la provincia.....	61
TABLA N° 7 - Frecuencia a centros artesanales	62
TABLA N° 8 - ¿Cómo considera la atención al cliente?.....	63
TABLA N° 9 - Encuentra la artesanía que usted desea	64
TABLA N° 10 - Decisión de compra.....	65
TABLA N° 11 - Tamaño y cantidad de producto.....	66
TABLA N° 12 - Comodidad en los centros artesanales	67
TABLA N° 13 - Calidad de artesanías.....	68
TABLA N° 14 - Precio de artesanías	69
TABLA N° 15 - Publicidad en los centros artesanales	70
TABLA N° 16 - Frecuencias de visita a la comuna.....	71
TABLA N° 17 - Creación del centro artesanal en la comuna.....	72
TABLA N° 18 - Asistiría al nuevo centro artesanal	73
TABLA N° 19 - Dispuesto a cancelar el valor sugerido.....	74
TABLA N° 20 - Uso de artesanías.....	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 - Actividad económica	45
GRÁFICO N° 2 - Género.....	56
GRÁFICO N° 3 - Estado civil	57
GRÁFICO N° 4 - Rango de edad.....	58
GRÁFICO N° 5 - Nivel de ingreso	59
GRÁFICO N° 6 - Conocimiento de artesanías	60
GRÁFICO N° 7 - Artesanías elaboradas en la provincia.....	61
GRÁFICO N° 8 - Frecuencia a centros artesanales	62
GRÁFICO N° 9 - ¿Cómo considera la atención al cliente?.....	63
GRÁFICO N° 10 - Encuentra la artesanía que usted desea.....	64
GRÁFICO N° 11 - Decisión de compra	65
GRÁFICO N° 12 - Tamaño y cantidad de producto.....	66
GRÁFICO N° 13 - Comodidad en los centros artesanales	67
GRÁFICO N° 14 - Calidad de artesanías	68
GRÁFICO N° 15 - Precio de artesanías.....	69
GRÁFICO N° 16 - Publicidad en los centros artesanales.....	70
GRÁFICO N° 17 - Frecuencia de visita a la comuna	71
GRÁFICO N° 18 - Creación del centro artesanal en la comuna	72
GRÁFICO N° 19 - Asistiría al nuevo centro artesanal	73
GRÁFICO N° 20 - Dispuesto a cancelar el valor sugerido	74
GRÁFICO N° 21 - Uso de artesanías	75
GRÁFICO N° 22 - Infraestructura del centro artesanal.....	91
GRÁFICO N° 23 - Ubicación del proyecto	95
GRÁFICO N° 24 - Diagrama de procesos para hamacas	96
GRÁFICO N° 25 – Punto de equilibrio bisuterías.....	126
GRÁFICO N° 26 – Punto de equilibrio hamacas	127
GRÁFICO N° 27 – Punto de equilibrio artículos de tagua.....	128
GRÁFICO N° 28 – Punto de equilibrio lámparas artesanales	129

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A - Inflación	137
ANEXO B - Tasa de interes activa	138
ANEXO C - Tasa de interes pasiva.....	139
ANEXO D – Encuesta	140
ANEXO E – Plan de acción	141

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador existe una gran variedad de recursos naturales que aún no han sido explotados en su totalidad. La comuna Libertador Bolívar perteneciente a la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena, tiene una extensión de 1476 hectáreas. Se encuentra localizada en el km. 50 al norte de la costa ecuatoriana en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena de la parroquia Manglaralto.

Con habitantes muy agradables y trabajadoras que se dedican a actividades de agricultura y artesanías varias, que han sobresalido con su labor del día a día, entre las asociaciones que podemos mencionar está la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol, establecida desde hace 12 años; donde se aprecia su trabajo artesanal en todos los ámbitos tales como: juguetes de madera, bisutería, productos de paja toquilla, entre otros.

Las artesanías son productos o artículos utilizados para la decoración de un espacio en el hogar u oficina, con el fin de adornarlo dándole un toque especial. La herramienta que facilita la identificación y la determinación de las causas y consecuencias en una situación problemática es la "Matriz de Vester". Técnica que fue desarrollada por el alemán Frederic Vester y aplicada con éxito en diversos campos.

En el primer capítulo se mencionará los aspectos más relevantes que se establecerán para definir lo que se va a realizar en el proyecto como son el marco teórico, marco referencial, los antecedentes del tema, fundamentación teórica, que trata de dar a conocer con lo que cuenta el objeto de estudio en este caso la Asociación de Artesano Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena, dando de esta manera un enfoque más amplio y profundizado en lo que respecta a la propuesta, de igual manera se instaurarán el marco legal es decir las leyes en que los artesanos se pueden regir para ser constituidos como tales.

Con respecto al segundo capítulo trata sobre la metodología que se va a aplicar en el estudio, es decir, los tipos de investigación que se utilizaran, la modalidad que es una parte fundamental, las técnicas de investigación que es la encuesta la cual se realizará a los habitantes de la provincia de Santa Elena, los instrumentos de la investigación como la guía de la encuesta, la población objetivo que se utilizó para las encuestas y las fases del proyecto que se detalla cual ha sido el proceso a seguir.

En el tercer capítulo de este proyecto se detallarán los resultados con sus respectivos análisis de las encuestas realizadas a los habitantes de la provincia de Santa Elena, que con esto se pudo determinar los gustos y preferencia de las personas hacia las artesanías y a su vez conocer cuáles son sus conocimientos y aspectos sobre las mismas.

En mención al cuarto capítulo de este proyecto se efectúa en el estudio técnico, en donde se explica el tamaño del proyecto, se analiza la ubicación más idónea para el centro artesanal, asignando un lugar estratégico para este propósito, la descripción del proceso productivo, así mismo el respectivo requerimiento de las materias primas, maquinarias y equipos para la elaboración de los diferentes productos que realizan los asociados.

De igual forma, se define la estructura organizacional del centro artesanal en como estarán designadas todas las áreas a emplearse con sus respectivos cargos y funciones, de igual manera contara también con su pertinente misión, visión, objetivos, valores institucionales y toda la parte jurídica necesaria para llevar a cabo el proyecto.

Con lo que respecta al estudio financiero, se cuantifica la inversión, se establecen las necesidades del capital para el primer año de trabajo, las fuentes de financiamiento, el presupuesto de ingresos y egresos, el punto de equilibrio, los escenarios optimista, probable y pesimista así como también los estados financieros.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

“CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AMBULANTES RUTA DEL SOL DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Una de las actividades que genera ingresos a la provincia de Santa Elena y especialmente a la comuna Libertador Bolívar es la artesanía, la misma que por carencia de infraestructura adecuada para el desarrollo de esta actividad no ha tenido mayor trascendencia en lo que se refiere a la difusión del mercado artesanal como un atractivo turístico.

Los procesos de comercialización han sido modificados en los últimos años, en el pasado se vendía o intercambiaba directamente entre productores, en la actualidad existen personas, conocidos como intermediarios, que prácticamente abusan y explotan al proveedor en el momento de la compra de sus artesanías que la adquieren a muy bajo costo los productos de los artesanos y los venden a precios muy elevados.

Eliminar a los intermediarios dentro del proceso de comercialización de los productos artesanales y evitar que estos acaparen los mercados, es el objetivo de impulsar la creación del centro artesanal para la asociación donde los artesanos vendan directamente sus productos.

La forma de erradicarlos es promover el consumo directo, que quien lo compré se lo lleve a su casa, al señalar que otro punto importante para difundir los trabajos

artesanales serán las ferias que se puedan realizar dentro y fuera de la provincia de Santa Elena .

Otro punto a considerar es que hacen falta mayores puntos de venta y promoción para las artesanías del Ecuador, es decir que en ciudades importantes como Quito, Guayaquil, Cuenca, debería contar con centros especializados y novedosos que permitan dar a conocer el trabajo que realizan en los diferentes pueblos del Ecuador, tanto para el turista nacional pero primordialmente al turista internacional.

Dentro de la provincia de Santa Elena para la elaboración de las artesanías, por lo general el taller forma parte de la casa, el resultado de los ingresos depende de la cooperación de todos los miembros, las ganancias ayudan para la subsistencia diaria de la familia, ya que los artesanos en su mayoría son campesinos.

Por ello la necesidad de crear un “Centro Artesanal” que tenga participación comunitaria, es decir, contar con la gente del sector como principal ente activo, para que de esta manera se pueda establecer una relación directa entre el artesano y el turista, mostrando el proceso de elaboración de las artesanías propias del sector, con el fin de difundirla como un atractivo turístico de mayor demanda a nivel nacional e internacional.

La elaboración de artesanías se realiza en todos los meses del año. Las artesanías son realizadas por comuneros ya sean hombres o mujeres desde los 9 años de edad ya que, es un sustento económico para ellos. Las artesanías son elaboradas en paja toquilla, caña, balsa, concha entre otras. Entre los tipos de artesanías se encuentran bisutería como: aretes, pulseras, collares, anillos, tobilleras, etc., muebles como: sillones, camas, sillas, mesas, lámparas, etc., hamacas y sombreros de distintos estilos, colores, diseños y materiales.

- Uno de los problemas es que los intermediarios en muchos casos limitan la capacidad creativa de artesanos, quienes se esfuerzan en producir una mayor

cantidad de productos para poder sobrevivir con los precios que les pagan los acaparadores.

- No se adquiere información que sea de gran ayuda para la asociación sobre los consumidores finales que adquieren las artesanías.
- No se controlan variables que son primordiales como: el precio de los productos, la distribución que tengan y las vías de comunicación que estos usan al momento de adquirir los productos.
- Las maquinarias que se utilizan en todos los procesos de producción en su mayoría son obsoletas por lo que se requiere cambiarlas por unas maquinarias más sofisticadas que les facilite y ahorre tiempo en fabricar las artesanías.
- Las personas que conforman la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar no cuentan con el dialecto necesario como para que el cliente adquiera su producto, es decir la falta de capacitación que necesitan es evidente para poder vender sus artículos.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué incidencia tendrá la inexistencia de un “Centro Artesanal en la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena, año 2013”?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué incidencias se han venido dando sobre el arte y cultura en los habitantes de la comuna?

¿Influiría las acciones culturales de manera positiva en la ciudadanía del sector?

¿Qué aspectos consideraría incrementar en el centro de producción y comercialización de artesanías?

¿Dónde se cree el centro de producción y comercialización de artesanías es un punto accesible para todo tipo de personas?

¿Cuál es el comportamiento de la ciudadanía en relación al centro de producción y comercialización de artesanías?

¿Se debería evaluar el mercado nacional a la hora de implementar mejoras en el centro de producción y comercialización de artesanía?

¿Cuál serían las estrategias a diseñar por el posible surgimiento de competencias en la comuna?

¿Se cuenta con un diseño estructural planteado de nuevas ideas para la distribución de diseños en artesanías?

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se ha enfocado en las necesidades que tiene la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar ya que estos no cuentan con los parámetros necesarios para una buena administración y es por esto que muchos de los intermediarios se aprovechan de la situación. Es de vital importancia que los artesanos tengan la orientación correcta del objetivo que se quiere lograr mediante las diferentes capacitaciones, ferias artesanales y financiamiento.

Las capacitaciones son muy esenciales para los artesanos ya que no están en constante capacitación de acuerdo a la rama que ellos laboran con el fin de fijar nuevas estrategias de comercialización y a su vez buscar alternativas de venta dentro y fuera del país.

Otro punto a considerarse son las ferias artesanales que se puedan realizar dentro y fuera de la provincia, esto es lo que más la asociación quiere destacar ya que en las mismas servirá para promocionar cada uno de los productos de los artesanos que son una gran variedad, por lo que es muy importante el apoyo que se brinde a todos los gremios artesanales.

Los artesanos se ven en la obligación de no adquirir mucha materia prima para la elaboración de sus artesanías ya que no cuentan con el capital económico que es fundamental para invertir en los mismos.

Los beneficios que los artesanos puedan tener dentro y fuera de la provincia se ven reflejados de acuerdo a lo que establece la junta nacional de defensa del artesano la cual nos indica los siguientes beneficios:

- ✓ Oferta de artículos artesanales y prestación de servicios para las instituciones gubernamentales, a través del sistema de compras públicas.
- ✓ Reconocimiento del título de artesano a nivel mundial; y, los demás contemplados en las leyes respectivas.
- ✓ Capacitación y Tecnificación Profesional
- ✓ Formación profesional (actualización técnica)
- ✓ Nuevos Emprendimientos y Plan de negocios
- ✓ Proyectos Productivos
- ✓ Comercio Electrónico (Importación y Exportación)

Y el principal problema de la asociación “Artesanos Ambulantes Ruta Del Sol” de la comuna Libertador Bolívar, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena la cual es la presencia de innumerables intermediarios al no contar con un centro artesanal para expender sus productos.

Señalando como solución buscar la fuente de financiamiento para emprender el centro artesanal beneficiando a los 27 socios que la integran, las mismas que se aplicarán las diferentes técnicas logrando de esta manera un alto nivel de efectividad, para que de esta manera sea reconocida en los mercados nacionales como internacionales.

La creación del centro artesanal, es factible ya que permitirá a los socios mejorar sus recursos, llegar a los clientes sin la presencia de intermediarios, ya que de esta manera se fortalecerá la cadena de valor, mejorando la calidad de vida de los socios y por lo cual mejorará el desarrollo socioeconómico de la comuna.

Es importante el tema a tratarse ya que en la actualidad en la comuna Libertador Bolívar no existe un centro de producción y comercialización de las diferentes

artesanías que en dicha localidad se elaboran en grandes magnitudes, es por esto que se ha visto la necesidad de crear el Centro Artesanal para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol para que de esta manera se puedan excluir los diferentes intermediarios la cual afecta la producción y rentabilidad de los socios.

Para realizar la misma se efectuarán con las diferentes normas y parámetros ya establecidos para cumplir con el objetivo de esta investigación, los cuales se orientara a utilizar las técnicas de metodologías necesarias y demás instrumentos tales como la encuesta que servirá como antesala para la creación del centro artesanal.

La misma que se desarrollara a las diferentes personas que habitan en la provincia de Santa Elena con la finalidad de saber y conocer sí que estará de acuerdo en que se cree el centro artesanal en la Comuna Libertador Bolívar y con qué frecuencia las personas irían a visitar dicho centro para adquirir alguna artesanía de su preferencia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer la creación de un “Centro Artesanal utilizando herramientas estratégicas de mercado en la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena, año 2013”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Describir la situación actual de los procesos de producción y comercialización de las diferentes artesanías en cómo se han venido dando sobre el arte y cultura que la asociación posee.
- 2) Diseñar un plan de negocios mediante las diferentes estrategias competitivas del mercado para el mejoramiento de los procesos de producción y comercialización de las artesanías.

- 3) Diseñar la infraestructura y la respectiva localización del “Centro Artesanal” de cómo estarán establecidos los locales y departamentos para el debido funcionamiento de las operaciones.
- 4) Realizar una evaluación financiera de la propuesta mediante las diversas valoraciones de créditos institucionales para la puesta en marcha de la misma.
- 5) Determinar la afluencia de turismo en la comuna Libertador Bolívar mediante la creación del “Centro Artesanal” para el beneficio de los habitantes.

HIPÓTESIS

Con la creación de un “Centro Artesanal” se aplicarán estrategias de mercado en la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena, año 2013

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

Centro artesanal

VARIABLE DEPENDIENTE

Estrategias de mercado

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO N° 1 – Variable Independiente

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
VARIABLE INDEPENDIENTE				
CENTRO ARTESANAL	Es un centro donde se podrán producir y comercializar infinidad de artesanías que puedan elaborar a diario los artesanos de la asociación, buscando de esta manera el desarrollo de la provincia.	Procesos de producción de artesanías	Fuentes del proceso de producción de artesanías.	<p>1¿Qué nivel de conocimientos tiene de artesanías?</p> <p>2¿Cómo considera usted a las artesanías elaboradas dentro de la provincia?</p>
		Comercialización de artesanías	Datos de consumidores finales de artesanías.	<p>13¿Cómo considera la creación de un centro artesanal en la comuna Libertador Bolívar?</p> <p>14¿Asistiría al nuevo centro artesanal</p> <p>8¿La comodidad de los centros artesanales como lo considera?</p>

Fuente: Variable independiente

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

CUADRO N° 2 – Variable Dependiente

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
VARIABLE DEPENDIENTE ESTRATEGIAS DE MERCADO	Las diferentes estrategias de mercadeo que existen son para dar a conocer de mejor manera el producto que se está ofreciendo en el centro artesanal, tales como: estrategias de precios, distribución, posicionamiento	Estrategias de distribución	Frecuencia de canales de distribución	<p>4¿En los centros artesanales que ha visitado como considera la atención al cliente brindada?</p> <p>7¿Qué variedad de tamaño y cantidad de productos en artesanías usted adquiere?</p> <p>9¿La calidad de las artesanías que usted adquiere son:</p>
		Estrategias de precios	Niveles de ingresos económicos	<p>10¿El precio de las artesanías son:</p> <p>15¿Por la artesanía que usted elija estaría dispuesto a cancelar el valor sugerido?</p>
		Estrategias de posicionamiento	Gustos y preferencias de las artesanías.	<p>Género</p> <p>Estado civil</p> <p>Edad</p> <p>3¿Con que frecuencia visita los centros artesanales?</p> <p>16¿La artesanía que usted prefirió comprar es para?</p> <p>5¿En el centro artesanal de su preferencia encuentra la artesanía que usted desea?</p> <p>6¿Al momento de adquirir sus productos artesanales, usted es quien toma la decisión de compra?</p> <p>12¿Con que frecuencia visita la comuna Libertador Bolívar?</p> <p>11¿La publicidad de los centros artesanales que existen en la provincia son:</p>

Fuente: Variable Dependiente

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

Con lo concerniente al antecedente del tema a tratarse, se escogió como referencia dos centros artesanales ubicados en ciudades como Quito y Loja, la cual será de mucha y beneficiosa ayuda para la creación del “Centro Artesanal” para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar, ya que en ambas centros artesanales se pueden apreciar los beneficios y argumentos positivos en base a esto, es así, como se mencionan a continuación:

“Centro artesanal ARTE-SANO - 2009”

El proyecto turístico de un “Centro Artesanal” en el sector de la Mariscal, que se trata de un sector con un potencial histórico digno de ser rescatado, y que además constituye, actualmente un centro urbano de servicios, comercios, recreación y negocios, con una gran tendencia a los usos turísticos.

El establecimiento del “Centro Artesanal” *ARTE-SANO* busca que los artesanos productores cuenten con un lugar apropiado donde puedan dar a conocer su creatividad y la capacidad de expresar esta creatividad. Se trata de un lugar donde los artesanos puedan presentar sus productos con un contenido tradicional, cultural y/o simbólico que despiertan el interés de clientes con gusto y se adapte a sus necesidades emocionales y a sus preferencias estéticas en nichos especializados de los mercados nacionales y de exportación. Todas las artesanías a comercializarse en el Centro Artesanal *ARTE-SANO* estimularán, en su conjunto, a los consumidores con nuevos e innovadores productos para poder lograr un posicionamiento a nivel nacional e internacional, para ello mantendrá y creará aquellos canales de distribución y comercialización esenciales en esta actividad,

tales como exportadores; importadores; mayoristas; minoristas independientes; galerías de arte, tiendas de regalos; museos, entre otros relacionados al sector.

Pero más que nada, *ARTESANO* comercializará sus productos directamente a los consumidores a través de su “Centro Artesanal” situado en una edificación moderna con toques rústicos, ubicado en un barrio muy concurrido turísticamente en la ciudad de Quito como lo es el barrio de la Mariscal, específicamente en la Plaza de los Presidentes (Amazonas y George Washington). También para la comercialización de los productos artesanales se empleará como herramienta el marketing por Internet y el comercio electrónico, ampliamente utilizado en los mercados internacionales. (Cabascango, 2009)

El centro artesanal ARTE-SANO es un icono referente para la creación del “Centro Artesanal” para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar, con lo que se pretende es realizarlo de la manera más rustica posible ya que se encuentra en una zona donde el ambiente y la población así lo exige. De igual forma también con los parámetros y estrategias que se deben regir en el centro artesanal sean estos los canales de distribución y comercialización para los diferentes productos que se puedan expender en dicho centro, la publicidad que se pueda brindar será por medio de hojas volantes, trípticos y demás agentes de marketing para la debida promoción y conocimiento del centro artesanal para los diferentes visitantes turistas, sean estos nacionales o extranjeros.

“Centro artesanal para la producción, exposición y comercialización de productos y artículos artesanales en la ciudad de Loja - 2008”

Este proyecto lleva consigo el afianzamiento de la identidad de los pueblos y el apoyo para fortalecer la cultura artesanal en Loja. Hace falta una fuerza en la que se reproduzca y renueve de acuerdo con las cambiantes circunstancias históricas y sociales. Esta será una manera de ayudar a los pueblos dedicados a la elaboración de artesanías, para que su identidad no se pierda, para que sus habilidades se

transmitan de generación en generación y no desaparezcan a través de la globalización de la economía, relegadas a causa de una industria modernizada.

A través de este “Centro Artesanal” se permite una mejor planificación ayudando a perfeccionar sus técnicas de producción en base a las necesidades del turista. De esta manera se otorga apoyo con respecto a la calidad del servicio y el buen trato al turista en la exposición y venta de estos productos. Generando mayores ingresos económicos, rentabilidad y satisfacción personal.

Con este proyecto se contribuye a que el fabricante trabaje con gusto y que la creación de sus artesanías sea motivo de vivir y satisfaga sus expectativas mejorando su autoestima, ya que su experiencia y creatividad se transforman en finos artículos que viajan a través del mundo por una cadena de actividades desarrolladas en el turismo.

Este proyecto permitirá producir, exponer y comercializar productos artesanales con mano de obra nacional, ayudará a que los artesanos desarrollen, mejoren sus técnicas y destrezas para conseguir productos de calidad con buen servicio a bajos precios siendo más competitivos en un mercado cada vez más exigente contribuyendo a la autogestión y desarrollo de comunidades rurales del sector. (Cajo, 2008)

Para el centro artesanal que se pretende crear en la ciudad de Loja, será ente de información para la asociación puesto que se permitirá conocer cuáles serán los procesos de planificación que se quiere implementar en el Centro Artesanal para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar, ya que esto permitirá que se perfeccione mejor las técnicas de producción de las artesanías en base a las diferentes necesidades que tengan los consumidores finales del producto.

En el Ecuador existen infinidad de artesanías elaboradas con todo tipo de producto sean estos textiles, cuero, cerámica, tejidos, paja toquilla, metales

preciosos, tagua, etc. Es por esto, que se presenta a continuación los tipos de artesanías ecuatorianas que se fabrican y elaboran en todo el país.

1.1.1. Tipos de artesanías ecuatorianas:

Las artesanías se pueden clasificar en nueve categorías principales:

- **Textiles, sombreros y bordados:** Las materias primas utilizadas son el algodón nativo, la cabuya, la lana de oveja, el orlón y la fibra sintética. Los Otavaleños tienen una industria textil artesanal muy importante y la más representativa del Ecuador.

Lo que se produce son ponchos, fajas, paños, cobijas, tapices, sacos tejidos, alfombras, alpargatas, alforjas, sombreros de lana y bordados.

- **Cerámica:** Los centros alfareros más importantes del país están en Bolívar, la selva amazónica, Chimborazo, Cotopaxi, Cuenca y Chordeleg. Las técnicas más utilizadas son: la del torno, el vidriado con plomo, el moldeado a mano, el golpeado, la huactana, el modelado en espiral, el engobe, el molde invertido, el torno de pie y la decoración manual. Algunos artículos importantes son las cerámicas de La Pila, los ladrillos y las tejas.
- **Tejidos de cabuya, carrizo, paja y otras fibras:** Se realizan shigras, cestas, muebles de mimbre, sombreros de paja, sogas y costales, rodapiés, redes, cedazos, empaques y hamacas.
- **Metal:** El Carchi y Cañar son centros orfebres importantes en los que se desarrollan diferentes técnicas. Se hacen objetos de bronce, hierro y hojalata. También encontramos joyería contemporánea en oro y plata con piedras preciosas y semipreciosas.
- **Madera:** Para tallar en madera se utilizan distintos tipos de maderas como cedro, nogal, guayacán, caoba, laurel, guayabino, etc. y también existen

diferentes acabados como el policromado, la pintura decorativa, el pan de oro, las incrustaciones y la implementación de esterilla. Los objetos realizados son muy variados, van desde embarcaciones y muebles hasta máscaras y figuras de pequeño tamaño.

- Tallado de piedra, tagua, hueso y cacho: En piedra se pueden hacer objetos de todas las escalas mientras que en la tagua solo se pueden hacer objetos de pequeña escala debido al tamaño de la materia prima. Por otro lado, en hueso y cachos se producen elementos de pequeña escala.
- **Cuero:** Primero se hacen básicamente elementos para los caballos y poco a poco se amplía a elementos de uso humano. También se desarrollan nuevas técnicas y se empieza a combinar el cuero con otros materiales como el metal. Los principales centros del país están en Cotacachi, Ambato y Cuenca.
- En la industria artesanal también se fabrican trompos, perinolas, carros de madera, miniaturas de hojalata, muñecas de trapo, caretas de papel, globos, cometas y juegos pirotécnicos.
- Velas, pan y color: Como parte de los objetos artesanales de nuestro país encontramos las velas de parafina hechas para las procesiones, figuras de masapan y la pintura que puede ser mural, en bastidor, etc. (Lupera, Pincay, & Shirley, 2011)

1.1.2. La competitividad de las artesanías ecuatorianas:

El Ecuador produce artesanías de todo tipo, existen artesanías de mucha calidad, con un proceso de diseño implícito, buenos materiales, buen proceso de manufacturación y técnicas avanzadas, pero también existen artesanías de poca calidad, con materiales que se deterioran con rapidez y manufacturación con

muchas falencias. Algunos de los lugares en los que encontramos artesanías de calidad son La Bodega, Galería Latina, Folklore Olga Fisch, Escuela Bernardo de Legarda, Fundación Guayasamín, el Museo del Banco Central, etc.

Si comparamos las artesanías ecuatorianas de calidad con las artesanías de otros países encontramos que están en condiciones iguales y en algunos casos hasta mejores. Existen países en los que no hay grandes centros que reúnan la variedad de artesanías de su país, esto produce que no se impulse y desarrolle la producción quedándose estancada y perdiéndose de nuevas técnicas y materiales.

Las artesanías que se elaboran dentro de Ecuador son una de las admiradas dentro de Sudamérica, combinando la creatividad indígena y la herencia ancestral. Este arte es una manifestación cultural de las raíces indígenas del país, de su rica cultura y tradiciones.

Los artesanos de Ecuador expresan sus sentimientos a través de las manos creando manualidades como: pinturas, tejidos, collares, telas, etc. En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país. Los materiales usados en ciertos productos artesanales varían de acuerdo a la región. Por ejemplo, en el norte del país, los artesanos crean productos elaborados como abrigos, guantes, sombreros, bufandas entre otros con lana tinturada de muchos colores. Otavalo es uno de los lugares más importantes en este campo artesanal y es donde turistas pueden obtener productos artesanales de distinta naturaleza, también es conocido por su mercado artesanal. Aquí usted podrá encontrar productos como: tejidos coloridos de lana, joyas hechas de piedra, tagua, plata y otros tipos de cristalería. Los artesanos son muy creativos y cualquier cosa es posible.

Más hacia el Sur en la provincia de Manabí la paja toquilla es tejida de manera muy hábil. Tiras fibrosas de las hojas de la palma de la Iraca son usadas para tejer sombreros elaborados, conocidos internacionalmente como “Panama hats”. Los

sombreros son muy cómodos de llevar ya sea en un ambiente tropical o en el verano. Estos sombreros son exportados a los Estados Unidos, Panamá, Europa y muchos otros países.

En la ciudad de Latacunga en la provincia de Cotopaxi, el barro y la arcilla son los elementos principales usados para crear jarros elaborados, ollas y otros productos similares. En otras regiones del Ecuador, el cuero es usado para producir vestimentas de muy alta calidad a precios competitivos. Productos como chaquetas de cuero, guantes, pantalones e incluso sombreros de cuero son muy atractivos para inversionistas internacionales.

En Quito, la capital, podemos encontrar mercados artesanales importantes como el “Mercado Artesanal de la Mariscal” el cual ofrece una amplia selección de artesanías. Los turistas tanto nacionales como extranjeros pueden escoger desde textiles coloridos autóctonos hasta figuras talladas en madera, pinturas, joyería, sombreros de paja toquilla, así como también otro tipos de adornos hechos de madera. La mayor selección de pinturas ecuatorianas está localizada en el parque “El Ejido” donde muchos artistas se reúnen para tener una gran exposición. Este es un mercado en las afueras por lo que usted podrá encontrar pinturas de estilos diversos.

En la actualidad, el arte ecuatoriano es apreciado en muchos países por su originalidad y costo razonable. Las artesanías ecuatorianas son una manifestación popular de las raíces indígenas y refleja los sentimientos de este país culturalmente rico. (Valencia, 2009)

1.1.3. Artesanías en la provincia de Santa Elena

Si visitamos los tres cantones que conforman la provincia nos daremos cuenta que sus habitantes, utilizando su creatividad realizan diferentes tipos de productos artesanales, empleando materia prima que se encuentra dentro y fuera de la

provincia. En las comunidades del cantón Santa Elena es donde principalmente encontramos artesanos, entre ellas vale destacar las siguientes:

La comuna Dos Mangas donde en sus zonas montañosas se obtiene madera, caña guadua, y tagua que son materiales principalmente utilizados para la elaboración de aretes, collares, pulseras, llaveros y recuerdos en general, que son muy adquiridos por el turista nacional y extranjero.

La comuna Valdivia y San Pedro también la consideramos porque realizan labores artesanales como es la elaboración de calzados para damas, caballeros y niños. Los artesanos de estas comunidades mantienen la actividad como un oficio tradicional y un sustento para la economía de sus familias, emplean materia prima de calidad y cada vez le dan valor agregado a sus productos por lo que estos se mantienen en el mercado aunque la demanda no es muy significativa para ellos.

Montañita es otro lugar en el que se confecciona artesanías empleando materia prima como la concha Spondylus, la tagua, entre otros materiales, pero en su mayoría los artesanos son extranjeros que cuentan con habilidades propias y sus artesanías son adquiridas de igual forma por el turista. También localidades como Cadeate, Sinchal, Sitio Nuevo, San Antonio, Olón, Curia, San José y La Entrada se dedican a la elaboración de productos artesanales pero en menores proporciones. (Presidente de la comuna, 2013)

1.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

VARIABLE INDEPENDIENTE.- CENTRO ARTESANAL.

Orígenes de centros artesanales en Ecuador

La idea de crear un Centro Artesanal para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar, surge al ver las necesidades que existen dentro la provincia de Santa Elena como también en la comuna, debido a

que en la actualidad no existen centros artesanales que se dediquen directamente a la producción y comercialización de estos productos tomando en cuenta que en países e incluso dentro del Ecuador en ciudades de renombre como Quito, Ambato, entre otras ciudades han alcanzado niveles óptimos y de gran beneficio socioeconómico con esta actividad artesanal.

Las artesanías en el Ecuador alcanzan fundamentalmente obras y trabajos que se realizan manualmente y con la poca o nula intervención de maquinarias aptas para la habitual elaboración, además son de objetos decorativos o de uso común. A las personas que se dedican tradicionalmente a esta actividad se los denomina artesanos.

El término artesanía se refiere básicamente a los trabajos que se realizan de forma manual por personas en el que cada segmento es distinta a las demás, variándolos del trabajo en serie o industrial que se realiza.

La tradición artesanal tiene varias teorías de origen ya que se han encontrado regadas, por todo el país, piezas de mucha antigüedad. Existen culturas muy importantes que nos han influenciado como la cultura Valdivia, Chorrera, etc. pero las formas que perduran hasta hoy día son producto del “violento y prolongado choque del mundo aborigen con la cultura española, a lo que se añadirá en parte el rico y rítmico filón de la cultura negra.

La Escuela Quiteña, primera en bellas artes del Ecuador y la más representativa, fue fundada por Fray Jodoco Ricke, fraile franciscano de origen español, los profesores de esta escuela fueron españoles, flamencos y alemanes, esto demuestra la gran influencia europea que existe en nuestras artesanías.

Desde sus orígenes, nuestras artesanías han sido producto de una mezcla de influencias y puede ser esto lo que las hace tan ricas en formas y técnicas. Lo importante es que sean piezas que cumplan una función y sean elaboradas

manualmente, esto produce que nunca existan dos piezas iguales aunque sean repetidas. Las artesanías no son elementos o diseños estáticos.

Las artesanías tienen un proceso de evolución, innovación y variación en sus formas, colores, materiales y el diseño en general, al igual que todo lo que nos rodea. “La subsistencia de las artesanías sólo es posible si se integran a los cambiantes esquemas de vida propios de una sociedad en la que el cambio es cada vez más acelerado”. Las artesanías que se elaboran por todo el país son de muy buena calidad ya que de una manera u otra contrae muchos beneficios para las personas que elaboran las mismas y esto ayuda a que se aumente la actividad productiva tanto para la localidad donde se elabora como para asociación en sí. Actualmente se piensa que “Diseñar es actualizar, es decir incorporar a las apetencias de la sociedad contemporánea, los contenidos persistentes de las culturas tradicionales, por lo menos en el ámbito artesanal, y lo indígena porta una riqueza espiritual de incalculables proporciones”.

“Es el conjunto de obras plásticas y de otra naturaleza, tradicionales, funcionalmente satisfactorias y útiles, elaboradas por un pueblo o una cultura local o regional para satisfacer las necesidades materiales y espirituales de sus componentes humanos, muchas de cuyas artesanías existen desde hace varias generaciones y han creado un conjunto de experiencias artísticas y técnicas que las caracterizan y dan personalidad”. Las artesanías son elementos relacionados con el folklore y por consecuencia con la cultura.

Una parte muy importante de este campo son los objetos de uso cotidiano representados artesanalmente, “pues su elaboración ha sido respuesta a las necesidades materiales de las sociedades”. Elementos que, con el uso de la tecnología, pueden ir desapareciendo. La industria artesanal rescata estos objetos y los fabrica con un concepto de diseño bastante claro: “Todo diseño en este campo, está íntimamente ligado a los materiales que se producen en el entorno del artista popular; a los requerimientos de una determinada sociedad frutos de conceptos

culturales, que son comunes al hacedor y al usuario”. “Cuando se habla de diseño en general nos referimos a la funcionalidad a la belleza y a la calidad que se conjugan en un determinado objeto y que corresponden a concepciones culturales de las que se derivan”. Es decir, las artesanías son elementos cotidianos de distintas culturas rescatados de su extinción, este peligro es producto de la industrialización. En un país como el Ecuador, que está abriendo a la mediana y gran industria, el artesanado reviste aún notable importancia y da trabajo a unas 200.000 familias.

La mayor parte de la elaboración de los sombreros "Montecristi", inadecuadamente llamados "panamá", es de tipo artesanal, utilizando la fibra de la palmera toquilla; sin embargo, la competencia de las fibras sintéticas japonesas ha puesto a este sector en crisis, sobre todo en el sur de la Sierra y en ciertos lugares de Manabí.

En la artesanía textil, se distinguen por su habilidad los indios de Otavalo, en la parte septentrional de la región interandina; son muy bellas sus producciones hechas a mano, con imaginativas combinaciones de colores. Otavalo es también la sede de un antiquísimo mercado, que se remonta a tiempos anteriores a la invasión de los incas, cuando el valle estaba habitado por agricultores, cuya evolución cultural fue tan significativa que los conquistadores respetaron la estructura básica, limitándose a mejorar el sistema de labranza de la tierra y hacer que prevaleciera el idioma quechua.

Los españoles, que llegaron más tarde, se comportaron de manera diversa, llevando parte de los nativos hacia las minas de la cordillera y las plantaciones de la Costa; pero los que permanecieron dentro del ámbito tradicional se aferraron a la zona, mantuvieron sus costumbres y fueron revelando condiciones poco usuales para la artesanía y el comercio.

El corazón del sector es el mercado, donde se puede encontrar una variedad casi increíble de productos, desde los ponchos hasta utensilios domésticos; desde las características cuerdas de cáñamo a la sal, tan apreciadas en los Andes. También son de considerable valor los objetos de oro y plata, de una factura secular, ya que

deriva del arte precolombino, sorprendentes por su finísimo estilo, trabajados en la propia zona de Otavalo y en otros parajes de la Sierra. Lo mismo se puede decir de las alfombras y los artículos de cerámica.

1.2.1. Clasificación de las Artesanías

La clasificación que se puede dar a las diferentes artesanías que se elaboren dentro y fuera de la provincia es por sus características, demanda y producción se las clasifica de la siguiente manera:

- **Artesanía indígena.** Producción de bienes útiles, rituales y estéticos, condicionada directamente por el medio ambiente físico y social. Constituye expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Es elaborada para satisfacer necesidades sociales e integra, como actividad práctica, los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, conocimiento que es transmitido directamente a través de las generaciones.

- **Artesanía tradicional popular.** Producción de objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizada en forma anónima por determinado pueblo que exhiba un completo dominio de materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con las que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, y cuyas tradiciones están constituidas por el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales. de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos.

- **Artesanía contemporánea o neo artesanía.** Esta producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyo proceso se

sintetizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socio culturales y niveles tecno-económicos. Culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo que son netamente de cada uno de ellos. (Escobar, Flor; Montoya, Gilda, 2009)

1.2.2. Importancia del sector artesanal

La importancia del sector artesanal es de vital conocimiento ya que se detallan de acuerdo a lo que respecta tanto económicamente como al momento de generar empleo productivo para cada zona ya sean maestros de talleres titulados por la Junta Nacional del Artesano, de la misma existen 261.000 talleres artesanales en el país de acuerdo a las ramas de producción y ciudad que realiza esta actividad artesanal como fuente de trabajo, dando como aportación en porcentajes de la generación de empleos con un 12.3% de la población en general, con lo mencionado anteriormente se detallarán participaciones de acuerdo a cada índice establecido:

- ✓ Generación de empleo: 1.500.000 artesanos, de los cuales 1.297.000 son Maestros de Taller titulados por la JNDA. Además, existen 261.000 Talleres Artesanales a nivel nacional pertenecientes a 172 ramas de producción y servicios artesanales.
- ✓ Generación de divisas por exportaciones: Promedio de US 29.7 millones anuales en el periodo 2000-2005
- ✓ Cobertura sectorial a nivel nacional a través de una red de gremios, organizaciones y trabajadores autónomos

Para logra un buen efecto se requiere formular y evaluar los diferentes proyectos que se tenga a consideración que satisfaga a la comunidad en general, tanto en lo social como económicamente. De igual manera se establecerán las diferentes distribuciones que puedan tener las personas que se dedican a la producción y

comercialización de artesanías con sus respectivos talleres como fuente de trabajo a lo largo del Ecuador se detallan a continuación con sus respectivos porcentajes de participación en cada una de ellas.

Distribución:

CUADRO N° 3 - Distribución de artesanías

PAÍS: ECUADOR		
REGIONES	LOCALES	PORCENTAJE
COSTA	132	28,3%
SIERRA	297	63,6%
ORIENTE	37	7,9%
GALÁPAGOS	1	0,2%
TOTAL	467	100%

Fuente: Estudio del Sector Artesanal del Ecuador – Distribución de artesanías
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Principales Clusters Artesanales

Los clusters artesanales son de mucha importancia ya que se detallan los productos por las cuales el Ecuador está enfrascado en el ámbito artesanal y de esto se genera gran cantidad de beneficios económicos a todo el territorio.

Se detallan a continuación los más representativos e importantes para el sector artesanal del Ecuador:

Cerámica: Manabí: 539; Guayas: 232; Azuay: 329; Loja: 136; Amazonía: 76; Cotopaxi: 30; y, Carchi: 20 talleres

El trabajo de la cerámica es milenario; surgen con las primeras sociedades agrarias. Es clara la relación entre la tierra, los alimentos, los objetos de barro y el mismo hombre quien cosecha los frutos de la tierra, los prepara y come en recipientes de barro cocido y vuelve a la tierra a su muerte muchas veces enterrado a una vasija de barro. Actualmente, es bien conocido que la producción de cerámica en lo que hoy es Ecuador, tiene profundas raíces históricas. En la cerámica de la sociedad

agraria de Valdivia de la costa ecuatoriana, se ha encontrado la manifestación más antigua del continente americano de esta artesanía.

CUADRO N° 4 - Talleres de cerámica

TALLERES DE CERÁMICA		
CIUDADES	TALLERES	PARTICIPACIÓN
MANABÍ	539	39,6%
GUAYAS	232	17,0%
AZUAY	329	24,2%
LOJA	136	10,0%
AMAZONÍA	76	5,6%
COTOPAXI	30	2,2%
CARCHI	20	1,5%
TOTAL	1362	100%

Fuente: Estudio del Sector Artesanal del Ecuador – Talleres de cerámica
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

- ✓ Paja Toquilla: Cañar: 3.341; Manabí: 1.072; Esmeraldas, Guayas y el Oro: 2.219 talleres

La paja toquilla, es una especie de palmera sin tronco cuyas hojas en forma de abanico sale desde el suelo hallándose sostenida por largos pecíolos cilindritos. La parte exterior de la hoja es de color verde, en cambio, el centro de la misma es de un color blanco marfil o blanco perla, que es la parte de la cual se obtiene la paja para la fabricación de los sombreros. La rama artesanal más importante y antigua es la manipulación de la paja toquilla para la obtención de sombreros.

CUADRO N° 5 - Talleres de paja toquilla

TALLERES DE PAJA TOQUILLA		
CIUDADES	TALLERES	PARTICIPACIÓN
CAÑAR	3341	30%
MANABÍ	1072	10%
ESMERALDAS	2219	20%
GUAYAS	2219	20%
EL ORO	2219	20%
TOTAL	11070	100%

Fuente: Estudio del Sector Artesanal del Ecuador – Talleres de paja toquilla
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

- ✓ Joyería: Azuay: 741 talleres; Guayas: 250 talleres

La joyería ocupa un lugar muy importante en la provincia, el proceso productivo es eminentemente artesanal, se produce una gama de productos, como: aretes, anillos, cadenas, pulseras, zarcillos y un sin número de artículos que se elaboran a partir de metales 49 preciosos, principalmente oro y plata; las localidades productoras son: Cuenca, Gualaceo y Chordeleg. Se hacen objetos de bronce, hierro y hojalata. También encontramos joyería contemporánea en oro y plata con piedras preciosas y semipreciosas.

CUADRO N° 6 - Talleres de joyería

TALLERES DE JOYERÍA		
CIUDADES	TALLERES	PARTICIPACIÓN
AZUAY	741	75%
GUAYAS	250	25%
TOTAL	991	100%

Fuente: Estudio del Sector Artesanal del Ecuador – Talleres de joyería
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

- ✓ Textiles y tejidos: Imbabura, 45.9%; Tungurahua: 397 talleres (5.15%)

La actividad textil ha sido desde siempre una de las más importantes en el país artesanalmente hablando, la cual se relaciona directamente con los diferentes pueblos del país, esto se desarrolla a nivel de provincias las cuales se producen pantalones, camisas, faldas, blusas, ternos, etc.

CUADRO N° 7 - Talleres de textiles y tejidos

TALLERES DE TEXTILES Y TEJIDOS		
CIUDADES	TALLERES	PARTICIPACION
IMBABURA	325	45%
TUNGURAHUA	397	55%
TOTAL	722	100%

Fuente: Estudio del Sector Artesanal del Ecuador – Talleres de textiles y tejidos
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

- ✓ Tagua y afines: Guayas, Manabí y Esmeraldas: 348 talleres

La tagua es una palma *Micropcarphas Phitelephas* que se encuentra en la zona subtropical de la cordillera andina y en las costas de Manabí y Esmeraldas. La tagua ha sido trabajada desde hace siglos, y comercializada en mercados internacionales como Europa por años. En el país existen varias provincias que trabajan con la tagua, y constituye el 1,87% de la producción artesanal nacional. (Franco, 2008)

CUADRO N° 8 – Talleres de tagua y afines

TALLERES DE TAGUA Y AFINES		
CIUDADES	TALLERES	PARTICIPACIÓN
GUAYAS	96	28%
MANABÍ	134	39%
ESMERALDAS	118	34%
TOTAL	348	100%

Fuente: Estudio del Sector Artesanal del Ecuador – Talleres de tagua y afines
Elaborado por: Edinson De La Cruz T.

VARIABLE DEPENDIENTE.- ESTRATEGIAS DE MERCADO

Introducción

Para que un artesano informal se convierta en formal debe darse cuenta de esta diferencia de actitud que hay entre él y el artesano profesional. Las repercusiones de su actitud no se limitan a perjudicar su trabajo, sino que contribuyen a formar la imagen que tienen los extranjeros de nuestros artesanos. La forma nada profesional con que enfrenta sus compromisos internacionales daña la imagen de todos los artesanos, sean estos profesionales o informales.

Por eso es de importancia nacional ayudarlos a convertirse en artesanos profesionales. Muchas empresas internacionales desconfían de los artesanos ecuatorianos porque sencillamente, tuvieron experiencias comerciales negativas con ellos al no cumplir con los compromisos que asumieron en su momento.

El artesano debe darse cuenta de que para colocar su producto en los mercados, nacionales o internacionales, debe seguir una estrategia adecuada que le permita crear un espacio para su producto. Pasemos a analizar qué es lo que hace el artesano y qué es lo que debería hacer con las estrategias de mercadeo.

1.2.3. Estrategia de segmentación y posicionamiento

Origen de la segmentación y posicionamiento para las artesanías.

Para el autor (Pinto, 2011) las artesanías deben reconocer que en el mercado existen dos tipos de consumidores, aquellos que buscan arte y aquellos que buscan bellos y originales productos utilitarios y que, en el momento de desarrollar un producto, deben tomar en cuenta lo que desean los consumidores de ese segmento de mercado. Sobre esta base, el artesano debe buscar posicionarse, es decir, hacerse de una fama que le permita ganar prestigio en lo que promueve.

Se recomienda que el artesano se posicione en cada segmento de mercado con estrategias adecuadas. Algunos artesanos han cometido el error de querer posicionarse en el segmento de productos utilitarios, empleando la misma estrategia que utilizaron para colocar sus productos entre los consumidores de artesanías. Estos artesanos no pudieron colocar sus productos a la primera oportunidad y tuvieron, finalmente, que adecuar su producto a lo que el mercado solicitaba. Es decir, que inicialmente perdieron tiempo y dinero.

1.2.4. Estrategia del producto

Tácticas del producto

De acuerdo a lo que menciona el autor (Pinto, 2011) la estrategia que se adopte depende del tipo de segmento para el que se va a producir. Si el artesano va a elaborar productos utilitarios deberá de tener muy en cuenta los insumos a emplear. La calidad de los insumos es un factor determinante sobre la calidad del producto final. Muchos artesanos emplean insumos de baja calidad por no elevar sus costos. Esto en realidad no les permite alcanzar los niveles de calidad solicitados en los mercados internacionales.

Se conoce de muchos casos de productos ecuatorianos que se lograron introducir a estos mercados, pero que, por no conservar la calidad inicial, fracasaron. Cuando esto ocurre, este mercado no solo se cierra para el artesano que no cumplió, sino para todos los artesanos del Ecuador. Por lo tanto, se recomienda trabajar con insumos de calidad, que permitan ofrecer buenos productos.

Uno de los errores que hemos notado en la presentación de los productos artesanales es que casi ninguno se vende con marca. En el caso de las artesanías, sólo le ponen firma o una etiqueta a los productos que van al exterior. Lo mismo sucede con los envases. Son pocos los artesanos que ofrece sus productos en cajas, los demás, sencillamente, no las emplean. El artesano que emplea envases lo hace porque vio que el resto que vendían sus productos en las ferias internacionales, en las que participó, lo hacían de esta forma y eran mejor aceptados que sus productos.

Lo que hasta el momento no hace ningún artesano es incluir una hoja de leyenda, donde se incluyan instrucciones sobre la manera de conservar el producto y, además, que incluya información histórica del producto, que respalde el trabajo que se viene ofreciendo. Esta forma de presentar el producto permite darle un mayor valor agregado distinguiéndolo al mismo del resto de productos existentes en el mercado.

Otro de los aspectos que se ha notado es que los artesanos, que se dedican a hacer productos utilitarios, no utilizan los colores que se encuentran de moda en el mercado. Es necesario que se averigüen cuáles son los productos que están empleando en este momento los diseñadores, e incluyan estos productos en su gama de colores. Para esto, lo más práctico es observar en las revistas de decoración cuales son los colores que se están empleando en este momento.

En conclusión, se recomienda que los artesanos le pongan una marca, un envase y hoja de instrucciones a todos los productos y que revisen las revistas de decoración para mantenerse informados sobre los gustos de sus clientes.

1.2.5. Estrategia de precios

Situaciones del precio

En lo que respecta a precios, los artesanos han venido poniendo el precio a sus productos, tomando en cuenta sus costos fijos y variables y los márgenes que ganan los intermediarios, considerando el margen que deben ganar los distribuidores mayoristas y los minoristas. Pero, al momento de poner el precio no han tenido en cuenta que este mercado, en particular, está fuertemente regido por la ley de la oferta y la demanda, debido a la existencia de una gran cantidad de ofertantes y demandantes. (Pinto, 2011)

Por este motivo según el autor (Pinto, 2011), en algunas ocasiones, cuando hay abundancia de oferta, los precios de los productos caen y, como consecuencia, se reducen los márgenes de utilidad. En otras ocasiones, cuando hay exceso de demanda, los precios tienden a elevarse y mejoran los márgenes de utilidad. Algunos artesanos que producen artículos de arte y después incluyen una nueva línea, haciendo productos utilitarios, cometen el error de poner sus precios sólo considerando el valor artístico del mismo, sin tomar en cuenta que, para el caso de los productos utilitarios, lo que manda es el precio de mercado.

1.2.6. Estrategia de distribución

Distribución del producto

El autor (Pinto, 2011) menciona que los artesanos hacen llegar sus productos a los consumidores por medio de distribuidores mayoristas, que a su vez ofrecen sus productos a los minoristas. Es necesario señalar que los distribuidores mayoristas, por lo general, son sus compadres o familiares. Este vínculo familiar aparece de la relación comercial diaria, por lo que es difícil de romper. Los precios que le ponen a sus productos guardan los márgenes adecuados para cada uno de estos intermediarios.

En estos momentos debido a que los distribuidores mayoristas ya no llegan con la misma frecuencia que antes, debido a la enorme recesión que viene viviendo

nuestro país, los artesanos se están viendo obligados a salir ellos mismos a ofrecer sus productos, lo cual ha originado que se reduzcan los precios porque los artesanos, por necesidad, los bajan con tal de obtener un pedido.

Debido a esta circunstancia, la tendencia es que los distribuidores mayoristas desaparezcan, pues los artesanos o sus hijos se están haciendo cargo de la distribución de sus productos.

En conclusión, lo que un artesano debe hacer es emplear una persona que trabaje para él y comercialice sus productos a exclusividad, lo que le permitirá tener más tiempo para crear nuevos diseños.

1.2.7. Estrategia de promoción

Proceso de las promociones

Según lo mencionado por el autor (Pinto, 2011) durante mucho tiempo los artesanos han empleado muy tímidamente algunos tipos de promoción. Pero, recientemente, aquellos que ya han tenido algún contacto con los mercados extranjeros se han dado cuenta que se hace necesario emplear con mayor intensidad esta estrategia. Así, algunos de ellos ya vienen empleando catálogos donde presentan todos sus productos y los suelen enviar a las embajadas, principales clientes del extranjero, y organizaciones públicas. Lo que sí no hemos notado aún es el uso de trípticos, volantes y afiches. Todavía no emplean estos instrumentos para poder comunicar la calidad de sus trabajos. Solamente las asociaciones que organizan las ferias y las organizaciones públicas emplean este tipo de herramientas. Los artesanos, por su propia cuenta, todavía no lo hacen.

Por otro lado, los artesanos no participaban en ferias nacionales ni mucho menos en ferias internacionales. A partir de la creación de asociaciones e instituciones públicas que apoyan el desarrollo de la artesanía, se ha incrementado la participación de ellos en este tipo de eventos. Un detalle muy importante que resulta de la experiencia de muchos artesanos en estos eventos es que, antes de participar

en alguna feria, es mejor medir los efectos económicos que pueda tener sobre las ventas que podamos lograr.

En el caso de las ferias internacionales o nacionales, es necesario averiguar, con anticipación, cuáles son los precios a los que están acostumbrados a comprar los productos que ofrecemos. En muchos casos ha resultado que se han llevado productos muy bellos, pero que en el momento de ofrecerlos para la venta, los clientes los rechazan porque sencillamente resultan muy caros para el mercado al que está dirigido. Ante esta circunstancia, cuando participamos en una feria es mejor pensar que debemos tomar nuestra participación como una inversión y no en que vamos a ganar dinero, al menos durante el primer año. Por otro lado, no se suelen emplear promociones, descuentos, sorteos, etc. Lo que sí se ha visto conveniente es que las ferias artesanales cuenten con grupos folklóricos para animar a los turistas. (Pinto, 2011)

1.3. MARCO LEGAL

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador - 2008

Según el registro oficial 449 del día 20 de junio de 2008 y su última modificación el día 13 de julio de 2011 menciona en su artículo 33 y artículo 319 y 320 sobre el trabajo y seguridad social, de igual manera sobre la organización de producción en la economía respectivamente.

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

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

1.3.2.Ley de la economía popular y solidaria - 2012

De acuerdo al suplemento del registro oficial 648, del día 27 de febrero de 2012 la presente ley en sus artículos 24, 75 y 77, sobre las organizaciones económicas del sector asociativo y de las unidades económicas populares respectivamente dice lo siguiente.

Art.- 24.- Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación.

Se podrán constituir asociaciones en cualquiera de las actividades económicas, con excepción de la vivienda, ahorro y crédito, transportes y trabajo asociado.

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.- Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas

por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

Art. 77.- Artesanos.- Es artesano el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolla su actividad y trabajo personalmente. En caso de ser propietario de un taller legalmente reconocido, no excederá los límites de operarios, trabajo, maquinarias, materias primas y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia.

1.3.3. Ley de defensa del artesano - 2008

Según la resolución 0038-2007-TC segundo suplemento de registro oficial 336, 14 de mayo de 2008, en la presente ley menciona en su artículo 1 sobre la ley que ampara a todo artesano.

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

1.3.4. Código orgánico de la producción - 2010

Según registro oficial suplemento # 351, con fecha 29-12-2010, considerando que para la siguiente ley en su artículo 53 trata sobre las definiciones y clasificación de las MYPYMES que es de importancia para el centro artesanal que se pretende crear.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad

productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

1.3.5. Plan nacional del buen vivir 2013-2017

Según la resolución No. CNP-002-2013, con fecha de aprobación en sesión del 24 de junio de 2013, indica en su zona 5 sobre las principales líneas de acción para la transformación de la matriz productiva.

ZONA 5 - Principales líneas de acción - Transformación de la matriz productiva

- ✓ Fomentar la economía popular y solidaria a través del sector artesanal.
- ✓ Capacitación a los artesanos en temas de sustentabilidad, para fomentar el uso de materiales autóctonos de la zona.

1.3.6. Normas internacionales de información financiera - NIIF

NIIF 1: Adopción por Primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera 2012

OBJETIVO DE LA NIIF 1

El objetivo de la NIIF 1 es asegurar que los primeros estados financieros formulados bajo NIIF contengan información de alta calidad que sea transparente y comparable, que suministre un punto de partida adecuado para la contabilidad de acuerdo con

las NIIF y que pueda ser obtenida a un coste que no exceda a los beneficios de su obtención.

ALCANCE DE LA NIIF 1

En cuanto a su alcance, las entidades aplicarán esta NIIF 1 en sus primeros estados financieros bajo NIIF, además de los informes financieros intermedios cuando proceda, de conformidad con la NIC 34.

De esta forma, los primeros estados financieros bajo NIIF serán aquellos en los cuales la entidad adopta las NIIF, haciendo una declaración explícita y sin reservas de cumplimiento con las NIIF.

APLICACIÓN DE LA NIIF 1

La NIIF 1 se aplica, por tanto, cuando se produce la adopción por primera vez de las NIIF.

Pero no se aplicará cuando, por ejemplo una entidad ha dejado de presentar los estados financieros de conformidad su normativa nacional habiéndolos presentado anteriormente junto con otro conjunto de estados financieros que contienen una declaración de cumplimiento con las NIIF; o por ejemplo si presentó en el ejercicio anterior sus estados financieros según requerimientos nacionales, y los mismos contenían una declaración, explícita y sin reservas, de cumplimiento con las NIIF.

Tampoco se aplicará la NIIF 1 si la entidad presentó en el ejercicio anterior sus estados financieros bajo la declaración de cumplimiento con las NIIF aunque los auditores hayan expresado su opinión con salvedades en el informe de auditoría sobre tales estados financieros

Finalmente, decir que la NIIF 1 no se aplicará en los casos de cambios en las políticas contables hechos por una entidad que ya aplica las NIIF, pues dichos casos e analizan en la NIC 8 y en los requisitos específicos de transición de otras NIIF.

1.3.7. Normas internacionales de contabilidad

NIC 2.- INVENTARIOS

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de los inventarios. Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese costo, así como para el subsiguiente reconocimiento como un gasto del periodo, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas del costo que se usan para atribuir costos a los inventarios.

Definición

Está compuesto de:

- a) activos mantenidos para la venta (Ej. Productos terminados)
- b) activos en el proceso de producción para la venta (Ej.: Trabajo en proceso), y.
- c) activos para ser consumidos en el proceso de producción (Ej.: Materia prima) o para el rendimiento de servicios (No.6).

Alcance

Se aplica a todos los inventarios, excepto las siguientes, que están totalmente excluidos de su ámbito de aplicación:

Contratos de construcción, (NIC 11), Instrumentos financieros (NIC 39), Los activos biológicos relacionados con la actividad agrícola y productos agrícolas en el punto de cosecha (NIC 41).

NIC 7.- ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVOS

Objetivo

El objetivo de esta Norma es requerir el suministro de información sobre los cambios históricos en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad mediante

un estado de flujos de efectivo en el que los flujos de fondos del período se clasifiquen según que procedan de actividades de operación, de inversión y de financiación.

Alcance

1.- Una entidad prepara un estado de flujos de efectivo, de acuerdo con los requerimientos de esta Norma, y lo presentará como parte integrante de sus estados financieros, para cada periodo en que sea obligatoria la presentación de éstos.

2.- Esta Norma sustituye a la antigua NIC 7 *Estado de Cambios en la Posición Financiera*, aprobada en julio de 1977.

3.- Los usuarios de los estados financieros están interesados en saber cómo la entidad genera y utiliza el efectivo y los equivalentes al efectivo. Esta necesidad es independiente de la naturaleza de las actividades de la entidad, incluso cuando el efectivo pueda ser considerado como el producto de la entidad en cuestión, como puede ser el caso de las entidades financieras. Básicamente, las entidades necesitan efectivo por las mismas razones, por muy diferentes que sean las actividades que constituyen su principal fuente de ingresos. En efecto, todas ellas necesitan efectivo para llevar a cabo sus operaciones, pagar sus obligaciones y suministrar rendimientos a sus inversores. Por consiguiente, esta norma requiere que todas las entidades presenten un estado de flujos de efectivo.

Beneficios de la información sobre flujos de efectivo

4.- Un estado de flujos de efectivo, cuando se usa juntamente con el resto de los estados financieros, suministra información que permite a los usuarios evaluar los cambios en los activos netos de una entidad, su estructura financiera (incluyendo su liquidez y solvencia) y su capacidad para afectar a los importes y las fechas de los flujos de efectivo, a fin de adaptarse a la evolución de las circunstancias y a las oportunidades. La información acerca del flujo de efectivo es útil para evaluar la capacidad que la entidad tiene para generar efectivo y equivalentes al efectivo,

permitiéndoles desarrollar modelos para evaluar y comparar el valor presente de los flujos netos de efectivo de diferentes entidades. También mejora la comparabilidad de la información sobre el rendimiento de las operaciones de diferentes entidades, puesto que elimina los efectos de utilizar distintos tratamientos contables para las mismas transacciones y sucesos económicos.

Presentación de un estado de flujos de efectivo

10.- El estado de flujos de efectivo informará acerca de los flujos de efectivo habidos durante el periodo, clasificándolos por actividades de operación, de inversión y de financiación.

11.- Cada entidad presenta sus flujos de efectivo procedentes de las actividades de operación, de inversión y de financiación, de la manera que resulte más apropiada según la naturaleza de sus actividades. La clasificación de los flujos según las actividades citadas suministra información que permite a los usuarios evaluar el impacto de las mismas en la posición financiera de la entidad, así como el importe final de su efectivo y demás equivalentes al efectivo. Esta información puede ser útil también al evaluar las relaciones entre tales actividades.

Una transacción puede contener flujos de efectivo pertenecientes a las diferentes categorías. Por ejemplo, cuando los reembolsos correspondientes a un préstamo incluyen capital e interés, la parte de intereses puede clasificarse como actividades de operación, mientras que la parte de devolución del principal se clasifica como actividad de financiación.

NIC 16.- PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

Objetivo

1.- El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de propiedades, planta y equipo, de forma que los usuarios de los estados financieros puedan conocer la información acerca de la inversión que la entidad tiene en sus propiedades, planta y equipo, así como los cambios que se hayan producido en dicha inversión.

Los principales problemas que presenta el reconocimiento contable de propiedades, planta y equipo son la contabilización de los activos, la determinación de su importe en libros y los cargos por depreciación y pérdidas por deterioro que deben reconocerse con relación a los mismos.

Alcance

2.- Esta norma debe ser aplicada en la contabilización de los elementos de propiedades, planta y equipo, salvo cuando otra regla exija o permita un tratamiento contable diferente.

3.- Esta Norma no será de aplicación a:

- a) las propiedades, planta y equipo clasificadas como mantenidas para la venta de acuerdo con la NIIF 5 *Activos No Corrientes Mantenidos para la Venta y Operaciones Discontinuas*;
- b) los activos biológicos relacionados con la actividad agrícola (véase la NIC 41 *Agricultura*);
- c) el reconocimiento y medición de activos para exploración y evaluación
- d) los derechos mineros y reservas minerales tales como petróleo, gas natural y recursos no renovables similares.

No obstante, esta norma será de aplicación a los elementos de propiedades, planta y equipo utilizados para desarrollar o mantener los activos descritos en los párrafos (b) a (d).

4.- Otras Normas pueden obligar a reconocer un determinado elemento de propiedades, planta y equipo de acuerdo con un tratamiento diferente al exigido en esta Norma. Por ejemplo, la NIC 17 *Arrendamientos* exige que la entidad evalúe si tiene que reconocer un elemento de propiedades, planta y equipo sobre la base de la transmisión de los riesgos y ventajas. Sin embargo, en tales casos, el resto de aspectos sobre el tratamiento contable de los citados activos, incluyendo su depreciación, se guiarán por los requerimientos de la presente norma.

5.- Una entidad que utilice el modelo del costo para las propiedades de inversión de acuerdo con la NIC 40 *Propiedades de Inversión*, utilizará el modelo del costo al aplicar esta Norma.

Reconocimiento

7.- Un elemento de propiedades, planta y equipo se reconocerá como activo si, y sólo si:

- a) sea probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros derivados del mismo; y
- b) el costo del elemento puede medirse con fiabilidad.

9.- Esta Norma no establece la unidad de medición para propósitos de reconocimiento, por ejemplo no dice en qué consiste una partida de propiedades, planta y equipo. Por ello, se requiere la realización de juicios para aplicar los criterios de reconocimiento a las circunstancias específicas de la entidad. Podría ser apropiado agregar partidas que individualmente son poco significativas, tales como moldes, herramientas y troqueles, y aplicar los criterios pertinentes a los valores totales de las mismas.

10.- La entidad evaluará, de acuerdo con este principio de reconocimiento, todos los costos de propiedades, planta y equipo en el momento en que se incurre en ellos. Estos costos comprenden tanto aquéllos en que se ha incurrido inicialmente para adquirir o construir una partida de propiedades, planta y equipo, como los costos incurridos posteriormente para añadir, sustituir parte de o mantener el elemento correspondiente.

NIC 40.- PROPIEDADES DE INVERSIÓN

Objetivo

1.- El objetivo de esta regla es prescribir el tratamiento contable de las propiedades de inversión y las exigencias de revelación de información correspondientes.

Alcance

2.- Esta norma será aplicable en el reconocimiento, medición y revelación de información de las propiedades de inversión.

3.- Entre otras cosas, esta norma será aplicable para la medición, en los estados financieros de un arrendatario, de los derechos sobre una propiedad de inversión mantenida en arrendamiento y que se contabilice como un arrendamiento financiero y también se aplicará para la medición en los estados financieros de un arrendador, de las propiedades de inversión arrendadas en régimen de arrendamiento operativo. Esta Norma no trata los problemas cubiertos en la NIC 17 *Arrendamientos*, entre los que se incluyen los siguientes:

- a) la clasificación de los arrendamientos como financieros u operativos;
- b) el reconocimiento de las rentas por arrendamiento de propiedades de inversión (ver también la NIC 18 *Ingresos de Actividades Ordinarias*);
- c) la medición, en los estados financieros del arrendatario, de los derechos sobre propiedades mantenidas en arrendamiento operativo;
- d) la medición, en los estados financieros del arrendador, de su inversión neta en un arrendamiento financiero;
- e) la contabilización de las transacciones de venta con arrendamiento posterior; y
- f) la información a revelar sobre arrendamientos financieros y operativos.

1.4. MARCO REFERENCIAL

1.4.1. Aspectos geográficos de la comuna

La comuna Libertador Bolívar tiene una extensión de 1.476 hectáreas. Se encuentra localizada en el Km. 60 en la ruta E15, al norte de la costa ecuatoriana en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena de la parroquia Manglaralto.

1.4.2. Clima y temperatura

Libertador Bolívar como parte de la faja costera debería tener un clima húmedo tropical, pero el influjo del mar, del que se halla rodeado y los vientos de la corriente

fría de Humboldt, modifican notoriamente el clima de Libertador Bolívar, con temperaturas que oscilan en torno a los 24°C y 30°C, aumentando desde la orilla del mar hacia el interior y la humedad relativa entre los 75 y 85%, clasificada como zona climática “tropical sabana”, según la clasificación de Kooppen. Además posee una altitud de 2 metros sobre el nivel del mar.

1.4.3. Aspectos históricos

Hace mucho tiempo atrás, el nombre de la comuna era Atravesado y los habitantes de esta población se reunieron en una asamblea de comuna donde cada uno vertió su opinión y en la cual quedaron de acuerdo en ponerle un nombre al pueblo, por lo tanto se mocionó muchos nombres de héroes tales como: Antonio José de Sucre, Abdón Calderón, Simón Bolívar, entre otros. Después de que cada uno de los habitantes vertió su opinión acordaron que el nombre que debería de llevar la comunidad sería el de Libertador Bolívar, por haber sido Simón Bolívar el libertador de 5 naciones.

Sin embargo la comunidad también es reconocida con el nombre de Atravesado debido a un río que divide los caseríos, los caseríos principales tienen el nombre de la comuna y la otra parte de los barrios tiene como nombre San Vicente. (Presidente de la comuna, 2013)

1.4.4. Aspectos socioeconómicos

1.4.4.1. Población

Según el último censo realizado en el año 2001 por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), la comuna de Libertador Bolívar tiene una población de 2.800 habitantes los cuales se dividen en un 52% de hombres y un 48% de mujeres. Además cuenta con 420 viviendas.

1.4.4.2. Educación

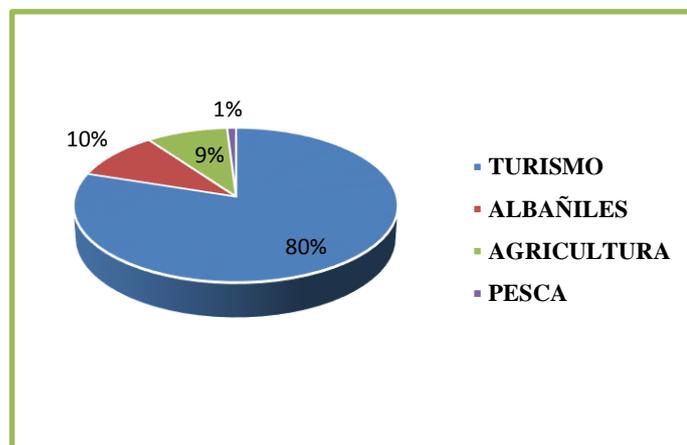
En esta comuna encontramos dos escuelas “José María Chóez Mata” y “Juan Gómez Buraw” donde los niños de Libertador Bolívar se educan en su totalidad, no

obstante la Subsecretaría de Educación se encuentra realizando un proyecto para que en dichas escuelas exista hasta el 10mo Año de Educación Básica, debido a la gran necesidad que tiene la comunidad, los jóvenes tienen que trasladarse a un colegio Nacional Mixto Valdivia que se encuentra en la comuna de Valdivia.

1.4.4.3. Actividad económica

El desarrollo económico de la comuna Libertador Bolívar se describe de la siguiente manera:

GRÁFICO N° 1 - Actividad económica



Fuente: Actividad económica
Elaborado por: Edinson De La Cruz T.

1.4.4.4. Servicios básicos

El agua que llega a la población es clorada y el 90% de los habitantes cuenta con este servicio, y el agua proviene a través de la red pública de sistema de Manglaralto; el resto de la población se provee con agua de pozo y de tanquero.

La energía eléctrica que los abastece corresponde al sistema nacional interconectado, administrado por la Empresa Eléctrica Santa Elena.

En cuanto a la telefonía pública el servicio es regular, aunque día a día va mejorando el servicio por parte de la CNT, simultáneamente el servicio celular la empresa que mejor cobertura tiene es Claro, después está Movistar y Alegro. Actualmente existe un 47% de la población que hace uso de las letrinas, y estas actualmente se

construyen con el asesoramiento técnico del FISE, FABASE y Ministerios de Ambiente a través de CARE Ecuador. El relleno sanitario se encuentra ubicado en San Antonio.

El departamento de Higiene del Municipio de Santa Elena, es el encargado de la recolección y tratamiento de los desechos sólidos. Esta labor está atendida en la parte norte del cantón Santa Elena por dos volquetas, además se realizan talleres y mingas de recolección auspiciado por el Municipio de Santa Elena, supervisada por la Dirección de Higiene.

1.4.4.5. Vías de acceso y comunicación

Las vías de comunicación externa están asfaltadas pero hace falta mantenimiento, las principales vías de comunicación internas están lastradas pero en mal estado.

Estas vías poseen señaléticas pero sólo en ciertos tramos.

Por vía terrestre

Guayaquil – Santa Elena – Libertador Bolívar

Puerto López – Manglaralto – Libertador Bolívar

1.4.4.6. Transporte público

Existen varias cooperativas que brindan su servicio desde la ciudad de Guayaquil hasta la cabecera cantonal de Santa Elena, y de esta hasta la comuna de Libertador Bolívar.

1.5. ENTORNO SOCIAL

Dentro del sector artesanal existe en la actualidad una concienciación de la importancia de mantener la creatividad y capacidad de los artesanos debido a que, en el mercado tanto nacional e internacional, la competitividad es un tema que está vigente puesto que los consumidores están exigiendo calidad e innovación.

Hoy por hoy la tendencia es, en muchos países, la de adquirir productos artesanales con valores de identidad y cultura que mucho se ha perdido debido a la producción

masificada de cierto tipo de artesanías, que más que artesanías han llegado a ser considerados productos de consumo masivo o desechables.

A lo anterior hay que agregar que, por ejemplo, en la provincia y en la comuna Libertador Bolívar no existe un lugar adecuado para la exhibición y comercialización de artesanías diferentes, únicas e innovadoras.

1.6.FACTOR TECNOLÓGICO

El uso de la tecnología y comunicación actual tiene importantes ventajas: agilidad de adaptación al cambio, cercanía al mercado local, capacidad de crecimiento y programas de apoyo.

En cuanto a la tecnología que respaldaría el proyecto de creación del Centro Artesanal es importante mencionar que en la actualidad la tendencia es aplicar distintos sistemas para diferentes actividades con la finalidad de adaptar y satisfacer las necesidades y exigencias tanto del personal que laborará al interior del Centro Artesanal así como de quienes serán los clientes, aquello garantizaría un adecuado servicio.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes.

Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. “La investigación no experimental o ex post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. El procedimiento consiste en medir en un grupo de personas u objetos una o generalmente más variables y proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos que cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas.

2.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de la investigación es cuantitativa y cualitativa ya que se tratará de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. La investigación que se está tratando parte de la realidad social lo cual es el resultado de las relaciones del humano con otros y su mundo físico, las consecuencias de estas relaciones es real e igual para todos. Además tiene un control sistemático de una variable sobre otra manteniendo

un control estricto sobre la situación experimental y utilizando variables definidas operacionalmente. Se basa en la recopilación y análisis de datos numéricos que se obtiene de la construcción de instrumentos de medición para la prueba de hipótesis a la cual se está tratando en la investigación antes mencionada.

Para aquello se estableció la hipótesis y procedimientos de la investigación antes de llevar a cabo todo el estudio. Hay que establecer predicciones sobre los procesos observados y las causas de los fenómenos. La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente que se necesita para la creación del centro artesanal, y nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos. Asimismo, nos brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se utilizaron para el presente proyecto son los que se mencionan a continuación detallando a profundidad los mismos en cada uno de sus aspectos:

- ❖ Investigación por el propósito
 - Investigación aplicada
- ❖ Investigación por el nivel de estudio
 - Nivel descriptivo correlacional
- ❖ Investigación por el lugar
 - Bibliográfica
 - De campo

2.3.1. Tipo de investigación por el propósito

2.3.1.1. Investigación Aplicada

Esta investigación fundamental y aplicada desarrolla los conocimientos analizados en el sector artesanal tanto de la provincia de Santa Elena como el de la comuna

Libertador Bolívar, ya que además pertenece directamente en las posibles aplicaciones o consecuencias al momento de ser implementada en el mercado, no antes de tener interpretado los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, para que se esta manera poder actuar, construir y modificar el tema que se está investigando.

2.3.2. Tipo de investigación por el nivel de estudio

2.3.2.1. Nivel Descriptivo o correlacional

Tomando en cuenta la referencia de los autores (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010) el nivel descriptivo o correlacional de la investigación específica la situación actual de los procesos productivos de las artesanías en la provincia como también en la comuna Libertador Bolívar, tomando en cuenta la historia de las artesanías en nuestro país, en la provincia y en la comuna en sí; además se cuenta como principal fuente de investigación, la encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

De igual manera se busca identificar la conducta de los consumidores y los indicadores que favorecerán o afectarán la implementación del centro artesanal en la economía de la provincia de Santa Elena.

2.3.3. Tipo de investigación por el lugar

2.3.3.1. Bibliográfica

Como referencia para los autores (Paredes & Paredes, 2011) en cuanto al tipo de investigación bibliográfica que tiene como proceso de conocer, ampliar, profundizar y deducir las diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de las artesanías, se procedió para esta investigación consultar libros, revistas, periódicos y de tesis realizadas por profesionales de tercer nivel y que además hayan relacionados en sus artículos temas sobre creación de centros artesanales y centros de acopio dentro de la provincia de Santa Elena y en el país en general.

2.3.3.2. De campo

Para la investigación de campo de este estudio la definición de los autores (Paredes & Paredes, 2011) en la que puntualizan que la investigación de campo es la recopilación de datos necesaria donde se recurre fundamentalmente al contacto directo con los hechos, por lo tanto para este estudio se aplicó la observación directa por parte del investigador, donde tuvo que dirigirse a toda la provincia de Santa Elena en general puesto que son ellos los que adquirirán el producto final.

2.4. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación que se utilizaron para la presente investigación se detallan en las siguientes:

- ❖ Método inductivo o sintético
- ❖ Método deductivo analítico

2.4.1. Método inductivo o sintético

Para el respectivo análisis que el autor (Méndez, 2008) el método inductivo conllevó a un análisis ordenado para los resultados obtenidos en el cuestionario, llegando a obtener conclusiones premisas y verdaderas que permitan realizar sin inconvenientes el estudio presentado.

De la misma manera este método se utilizará específicamente en la producción y comercialización de las artesanías en el estudio teórico de las soluciones para mejorar el comercio de artesanías dentro de la provincia de Santa Elena y en la comuna.

2.4.2. Método deductivo analítico

Evaluando lo que menciona el autor (Méndez, 2008), donde se comprende de lo general a lo particular, es decir a través del análisis del comercio en general hasta el estudio realizado a los habitantes de la provincia de Santa Elena. Este método deductivo se consideró y se evaluó las diferentes maneras que los artesanos de la

asociación comercializan el producto final en la provincia, permitiendo así una mejor interpretación del análisis para la investigación.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1. Encuesta

La encuesta está dirigida hacia los habitantes de la provincia de Santa Elena ya que son ellos los que van a adquirir los diferentes productos que se van a ofertar en el nuevo “Centro Artesanal” que se creara en la comuna Libertador Bolívar con el fin de que se eliminen los intermediarios que afectan a la asociación y de esta manera se incrementara la actividad productiva y económica de dicha comuna.

Las encuesta está realizada fundamentalmente para que la creación del centro artesanal pueda mejorar, aplicando progresos según los intereses de los clientes y también, pudiendo adaptarse en el caso de introducir un nuevo producto con clientes por conocer o incluso al iniciar su actividad, con un mayor desconocimiento del mercado. No hay nada mejor para saber cómo mejorar en todo ámbito que conocer las opiniones de los futuros clientes. Si se recogen y además la actividad del “Centro Artesanal” y todos sus elementos de interacción con el cliente se adaptan a sus necesidades, el resultado que obtendremos mediante aquellos será de la crear el “Centro Artesanal”.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.6.1. Guía de Encuesta

Para la debida elaboración del instrumento a tomarse en consideración se escogerán las preguntas relacionadas con la Operacionalización de las variables, que será de muchos beneficios y ayuda con lo que concierne a la encuesta ya que será un factor preciso en la realización de este proyecto.

En el instrumento de guía de encuesta se ejecutó un cuestionario dirigido a los habitantes de la provincia de Santa Elena; en él se analizaron aspectos como: la estadísticas demográficas, nivel de ingresos, canales de distribución,

competitividad, grados de aspectos de preferencia y de qué manera se podrá realizar la publicidad del centro artesanal, entre otros puntos que pudieron aclarar al investigador para ejecutar el presente proyecto.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

Se ha considerado que lo señalado dentro de nuestro universo está enfocado en la Provincia de Santa Elena y que cuenta con 308.693 habitantes a evaluarse mediante el respectivo cálculo, lo cual está dividido en tres cantones con sus respectivos números de habitantes que son los siguientes: El cantón Santa Elena cuenta con 144.076 habitantes, La Libertad cuenta con 95.943, y el cantón Salinas cuenta con 68.675 habitantes.

CUADRO N° 9 – Población provincia de Santa Elena

	Cantón	Pob. (2010)	Área (km²)
	<u>La Libertad</u>	95.942	26
	<u>Salinas</u>	68.675	97
	<u>Santa Elena</u>	144.076	3.880
TOTAL		308693	4.003

Fuente: Población provincia de Santa Elena

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

2.7.2. Muestra

Es la actividad por la cual se toman ciertas muestras de una población de elementos de los cuales vamos a tomar ciertos criterios de decisión, el muestreo es importante porque a través de él podemos hacer análisis de situaciones de una empresa o de algún campo de la sociedad.

Para la determinación de la muestra se empleó un 95% de nivel de confiabilidad y un 5% de margen de error. La fórmula empleada corresponde a una población finita, la misma que es la siguiente (Albert 2012:63)

$$N= 308.693$$

$$Z= 1,96$$

$$N.C= 0,95$$

$$E= 0,05$$

$$P= 0,50$$

$$Q= 0,50$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50) \cdot (308.693)}{0,05^2 \cdot (308.693 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50)}$$
$$n = \frac{(3,84) \cdot (0,50) \cdot (0,50) \cdot (308.693)}{0,0025 \cdot (308.692) + 3,84(0,25)}$$
$$n = \frac{296345,28}{771,73 + 0,96}$$
$$n = \frac{296345,28}{772,69}$$
$$n = 383,52$$

$$n = 384 \text{ Encuestas}$$

Dada y evaluada nuestra muestra de 384, que es el número de personas o habitantes de la provincia de Santa Elena, que serán encuestadas para llegar a conocer que tan accesible y concurrida podrá ser la creación del Centro de Producción y Comercialización de Artesanías Varias en la Comuna Libertador Bolívar, la misma que la formularemos en base a una muestra no probabilística.

2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló en varias fases o etapas.

Primera fase: Se realizó a través de la planificación de las actividades necesarias para dar cumplimiento de la investigación. En esta fase se eligió la documentación que conformó el marco conceptual para definir las categorías principales, subcategorías y las dimensiones de cada una.

Segunda Fase: Está referida a la investigación de campo, en donde a través de las técnicas de observación se llevó un registro de los hechos desapercibidos para otros. Así mismo a través de la encuesta estructurada a los diferentes habitantes de la Provincia de Santa Elena, se obtuvo respuestas a las preguntas abiertas, las cuales fueron sometidas a un proceso de análisis, interpretación y reflexión para ser conceptualizadas, categorizadas y subcategorizadas.

Tercera fase: Se refiere al análisis, interpretación e integración de los resultados. Esta se hizo a través de las conexiones de las categorías y las subcategorías. Se constató con el marco conceptual existente. Para lo cual basado en una exhaustiva revisión documental de los libros, Internet y los documentos que la asociación ha facilitado durante el proceso que durara el proyecto.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE ENCUESTA

Datos Generales

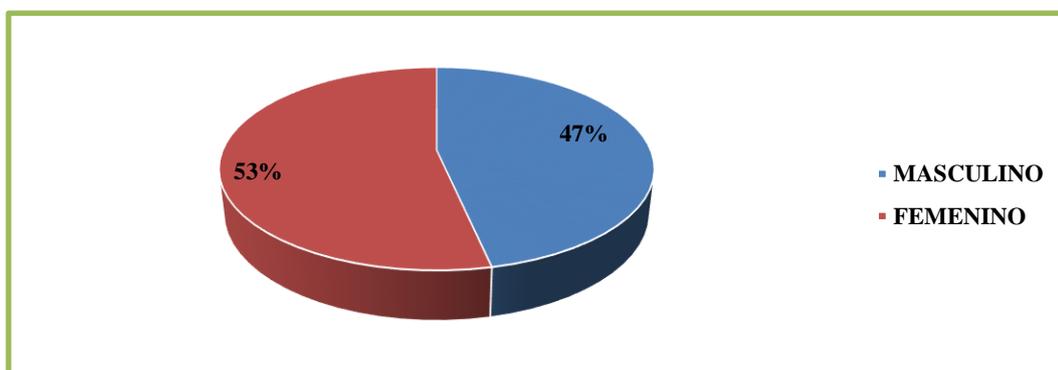
D.G: 1.- Género

TABLA N° 1 – Género

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MASCULINO	179	47%
FEMENINO	205	53%
TOTAL	384	100%

Fuente: Género – Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 2 - Género



Fuente: Género – Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Para las encuestas realizadas a todos los habitantes de la provincia de Santa Elena se determinó cuál es el género de las personas que prefieren las artesanías, de esta manera se estableció que son las femeninas las que más concurre y adquiere artesanías para los distintos usos que ellas prefieran, ya sea por lo tradicional o por el encanto cultural que tengan hacia las artesanías, con un total del 53%, y para el género masculino con un total del 47% ya que para ellos no es de mucha atracción las diferentes artesanías que se puedan expender dentro y fuera de la provincia.

D.G. 2.- Estado Civil

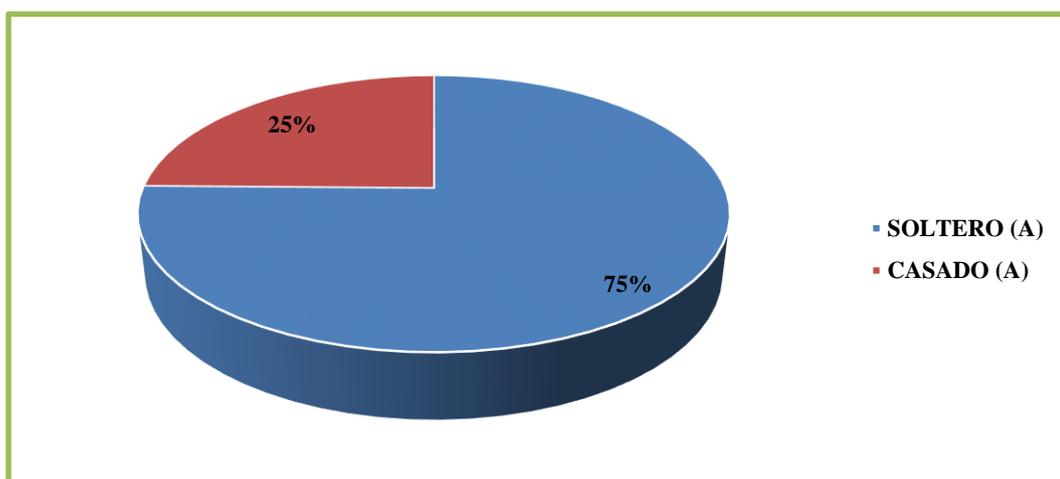
TABLA N° 2 - Estado civil

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
SOLTERO (A)	289	75%
CASADO (A)	95	25%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estado civil - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 3 - Estado civil



Fuente: Estado civil - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Con lo que respecta al estado civil, hay diferentes tipos de estado civil que varían de acuerdo al tipo de relaciones que una persona mantenga con otras. Es importante señalar que estos son posibles estados civiles y esto puede variar de muchas maneras a lo largo de la vida de cada individuo y de las personas que fueron encuestadas en la provincia de Santa Elena se pudo establecer que la mayoría son solteros (as) con un 75%, ya que el estado civil está integrado por una serie de hechos y actos de tal manera importantes y trascendentales en la vida de las personas, mientras que un 25% del total de encuestado en la provincia está casado (a) y forman un hogar plenamente feliz y acogedor, con este resultado verosímil estableceremos bases muy sólidas para el proyecto en mención.

D.G. 3.- Indique su rango de edad

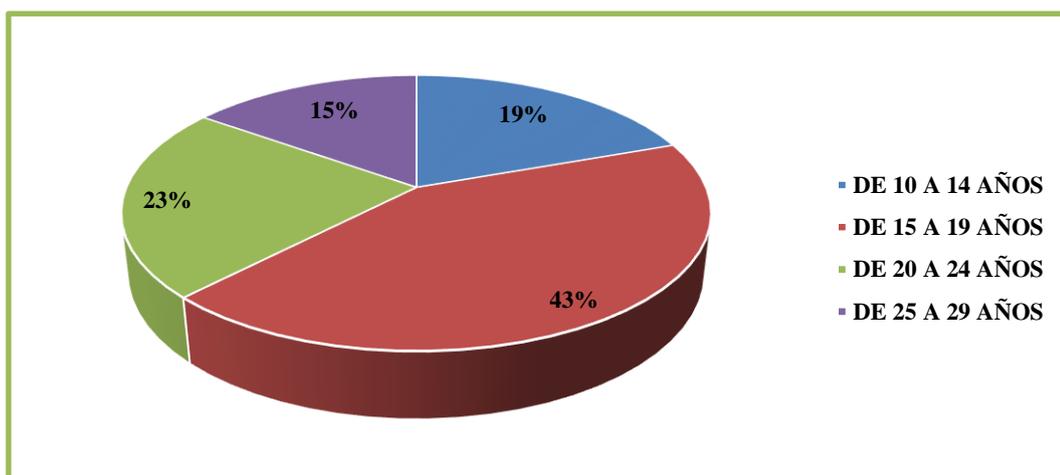
TABLA N° 3 - Rango de edad

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
DE 10 A 14 AÑOS	75	20%
DE 15 A 19 AÑOS	164	43%
DE 20 A 24 AÑOS	87	23%
DE 25 A 29 AÑOS	58	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Rango de edad - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 4 - Rango de edad



Fuente: Rango de edad - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

El rango de edad que se consideró para realizar las diferentes encuestas en la provincia, se pudo constatar que el principal potencial para el “Centro Artesanal” comprende desde los 15 años hasta los 19 años con un 43% de los encuestados, es decir son ellos quienes podrán adquirir en grandes magnitudes todo tipo de artesanía que se elabore en dicho centro, de la misma manera seguido de aquello se consideró que las personas que están entre las edades de 20 años hasta los 24 años pueden adquirir dicho producto pero en menores escalas ya que los mismos podrían preferir otras cosas.

D.G. 4.- Nivel de Ingreso

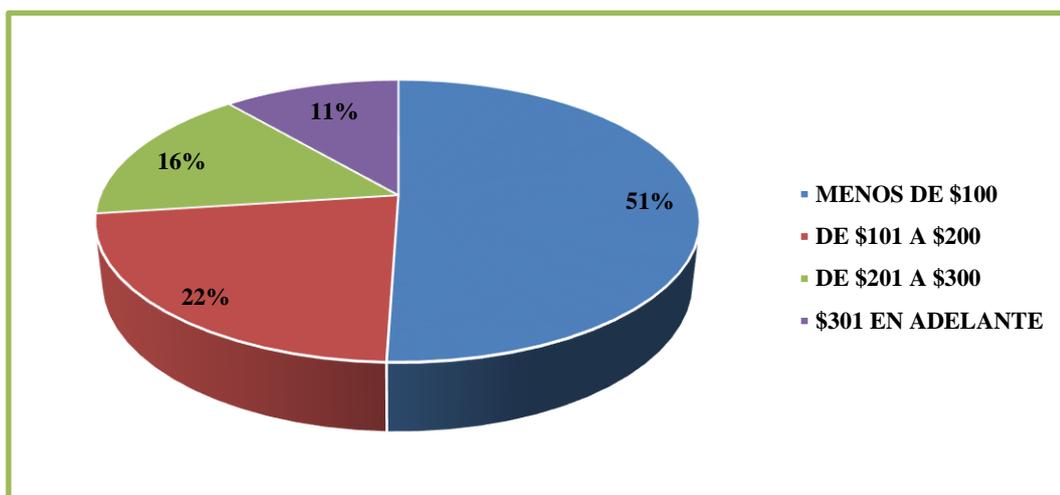
TABLA N° 4 - Nivel de ingreso

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MENOS DE \$100	194	51%
DE \$101 A \$200	86	22%
DE \$201 A \$300	61	16%
\$301 EN ADELANTE	43	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Nivel de ingresos - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 5 - Nivel de ingreso



Fuente: Nivel de ingresos - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

De las encuestas realizadas se quiso determinar el nivel de ingresos económicos que los habitantes de la provincia poseen, de los cuales se constató que un 51% de los mismos obtienen un ingreso económico menor de \$ 100 ya que no poseen un trabajo asegurado y por ende su economía no es la más estable y esto se da más en los más jóvenes, ya que para ellos adquirir las artesanías con estos ingresos económicos se da en gran magnitud, de la misma manera hay personas que si poseen una economía sustentable y medible como para poder adquirir todo tipo de artesanías ya que poseen trabajos acorde a su estatus con unos ingresos económicos de entre \$101 a \$200 es decir un 22 % de las mismas.

Pregunta N° 1 - ¿Qué nivel de conocimientos tiene acerca de artesanías?

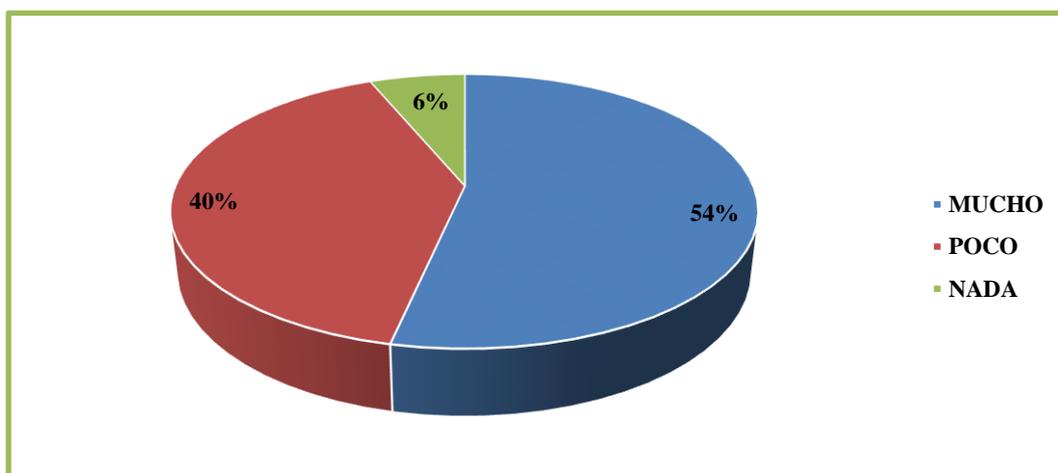
TABLA N° 5 - Conocimiento de artesanías

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUCHO	205	53%
POCO	155	40%
NADA	24	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Conocimiento de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 6 - Conocimiento de artesanías



Fuente: Conocimiento de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

El nivel de conocimientos que poseen los habitantes de la provincia de Santa Elena sobre las artesanías es de un 54%; es decir, carecen de idea con respecto a la pregunta, ya que la misma es considerada una de las provincias netamente culturales y ancestrales por etnia y naturaleza de cada comunidad en general, por ende se elaboran todo tipo de artesanías sean manuales o con ayuda de maquinarias de última tecnología especialmente para darle el mejor acabado a los diferentes productos que se puedan elaborar, de igual manera existen personas que no poseen mucho conocimiento con respecto a este tema y de los que consta un 40% del total de los encuestados.

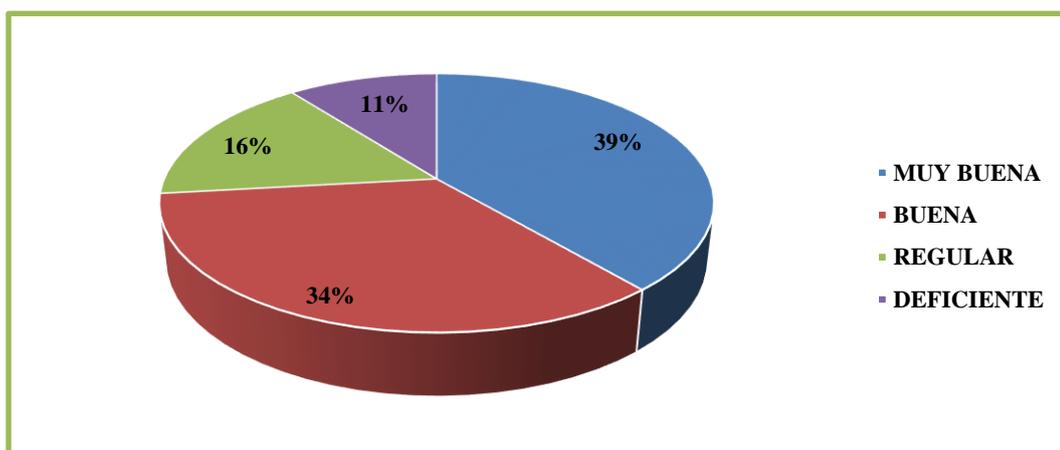
Pregunta N° 2 - ¿Cómo considera usted a las artesanías elaboradas dentro de la provincia?

TABLA N° 6 - Artesanías elaboradas en la provincia

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUY BUENA	149	39%
BUENA	132	34%
REGULAR	63	16%
DEFICIENTE	40	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanías elaboradas en la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 7 - Artesanías elaboradas en la provincia



Fuente: Artesanías elaboradas en la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Se consultó a los diferentes habitantes como consideran ellos las artesanías elaboradas dentro de la provincia y el 39% es decir muchos de ellos supieron indicar que son muy buenas ya que si han adquirido en grandes magnitudes dichas artesanías y en distintos lugares donde se puede expender el producto final, de igual manera existe un 34% de las personas encuestadas que manifiestan que son buenas las artesanías que se elaboran aquí, por lo que se puede determinar que este porcentaje no adquiere muchas artesanías como si lo hacen la mayoría de personas.

Pregunta N° 3 - ¿Con que frecuencia visita los centros artesanales?

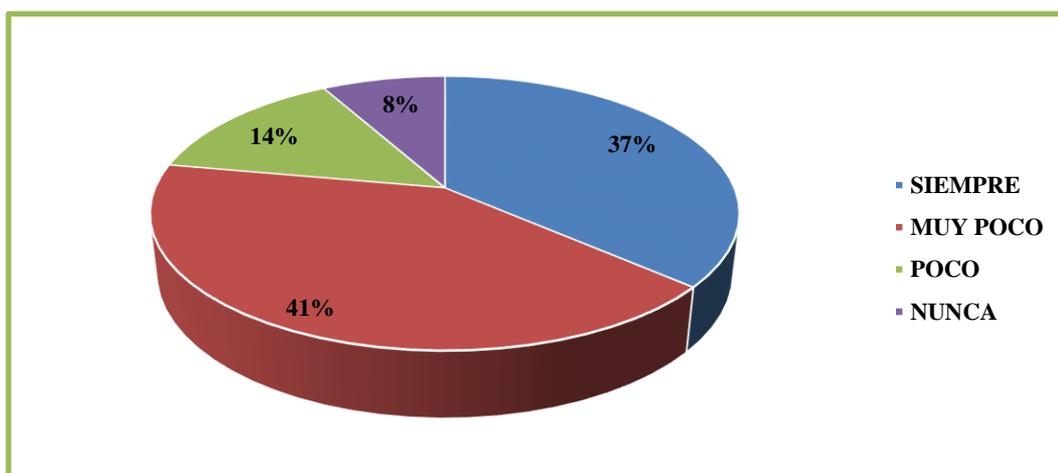
TABLA N° 7 - Frecuencia a centros artesanales

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
SIEMPRE	140	36%
MUY POCO	159	41%
POCO	54	14%
NUNCA	31	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Frecuencia a centros artesanales - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 8 - Frecuencia a centros artesanales



Fuente: Frecuencia a centros artesanales - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Con respecto a la frecuencia de visitas que tienen los habitantes de la provincia de Santa Elena a los diferentes centros artesanales que existen dentro y fuera de la misma, manifestaron que es muy poco con un 41% del total, porque no conocen muchos centros artesanales en la provincia y fuera de ella por ende su frecuencia de visitas no es siempre, de la misma manera existe un 37% de personas que si conocen centros donde expenden artesanías de cualquier índole pero fuera de la provincia, es decir que hay que incentivar a tanto a los artesanos como a las personas para que conozcan más sobre centros artesanales que puedan existir en la localidad.

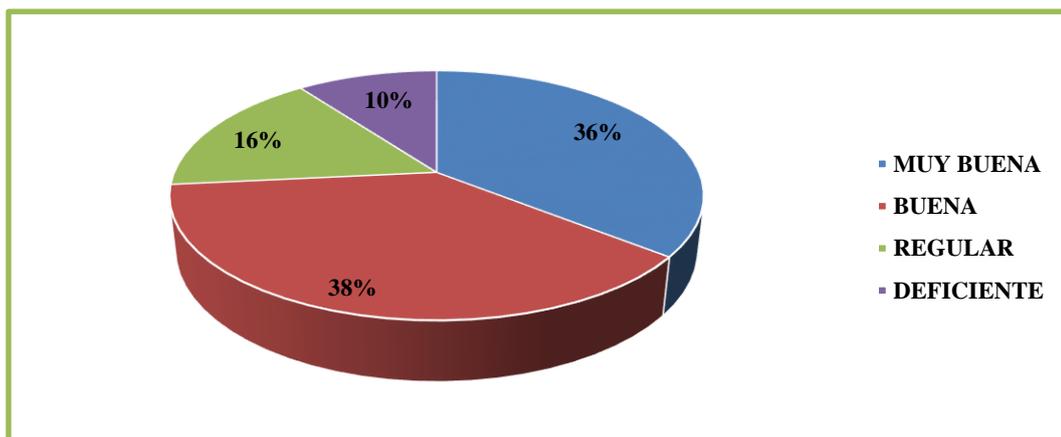
Pregunta N° 4 - ¿En los centros artesanales que ha visitado como considera la atención al cliente brindada?

TABLA N° 8 - ¿Cómo considera la atención al cliente?

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUY BUENA	137	36%
BUENA	145	38%
REGULAR	63	16%
DEFICIENTE	39	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Atención al cliente - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 9 - ¿Cómo considera la atención al cliente?



Fuente: Atención al cliente - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Los habitantes de la provincia de Santa Elena consideran que la atención brindada al cliente es buena con un 38% del total de encuestados, esto se debe a que los directivos, socios y encargados de los centros artesanales no están debidamente capacitados para dar una mejor atención al cliente, de igual manera existen personas que si creen que la atención brindada es muy buena con un 36% del total por lo cual no hay mucha variación con respecto a lo primero. Para mejorar dicha atención al cliente es necesario que se capacite a directivos y socios de la misma en todas las áreas que incurren una buena atención al cliente.

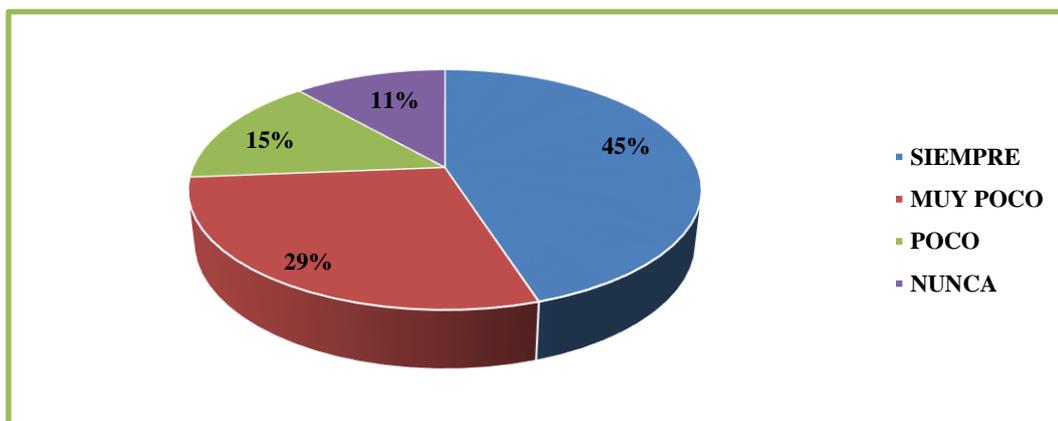
Pregunta N° 5 - ¿En el centro artesanal de su preferencia encuentra la artesanía que usted desea?

TABLA N° 9 - Encuentra la artesanía que usted desea

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
SIEMPRE	173	45%
MUY POCO	110	29%
POCO	57	15%
NUNCA	44	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Artesanía que usted desea - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 10 - Encuentra la artesanía que usted desea



Fuente: Artesanía que usted desea - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Se consultó a los habitantes si es que en el centro artesanal de su preferencia encuentra la artesanía que se desea, muchos de los cuales el 45% menciono que siempre encuentra la artesanía, esto se da por lo que en los distintos centros artesanales existen una amplia gama de productos que son netamente artesanales y son de muy buen agrado tanto para los visitantes (turistas) como para los propios habitantes de la ciudad, de igual forma tenemos un 29% personas que muestran su descontento ya que en ciertas circunstancias no consiguen la artesanía que ellos desean.

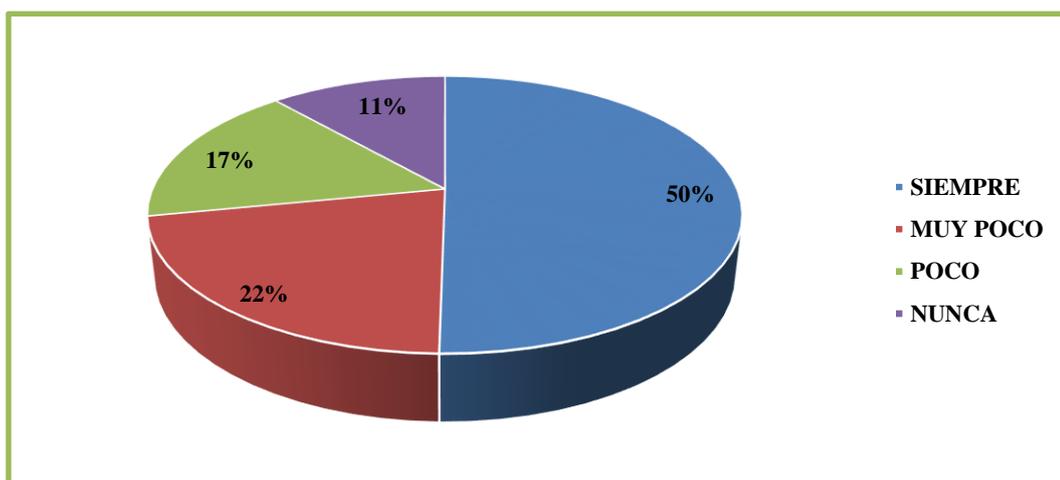
Pregunta N° 6 - ¿Al momento de adquirir sus productos artesanales, usted es quien toma la decisión de compra?

TABLA N° 10 - Decisión de compra

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
SIEMPRE	193	50%
MUY POCO	83	22%
POCO	64	17%
NUNCA	44	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Decisión de compra - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 11 - Decisión de compra



Fuente: Decisión de compra - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

De acuerdo a la decisión de compra que las personas tienen al momento de adquirir los diferentes tipos de artesanías con un total del 50% mencionó que siempre toma la decisión de ellos adquirirlos, ya que dichos productos son especialmente escogidos por los mismo y de los cuales son utilizados como más lo prefieran en todo ámbito, así mismo existe un 22% que manifiesta que es muy escasa la vez que ellos toman la decisión de compra ya que se cree que podría ir acompañado de algún familiar o simplemente una amistad a la que desee darle algún obsequio en especial realizado artesanalmente.

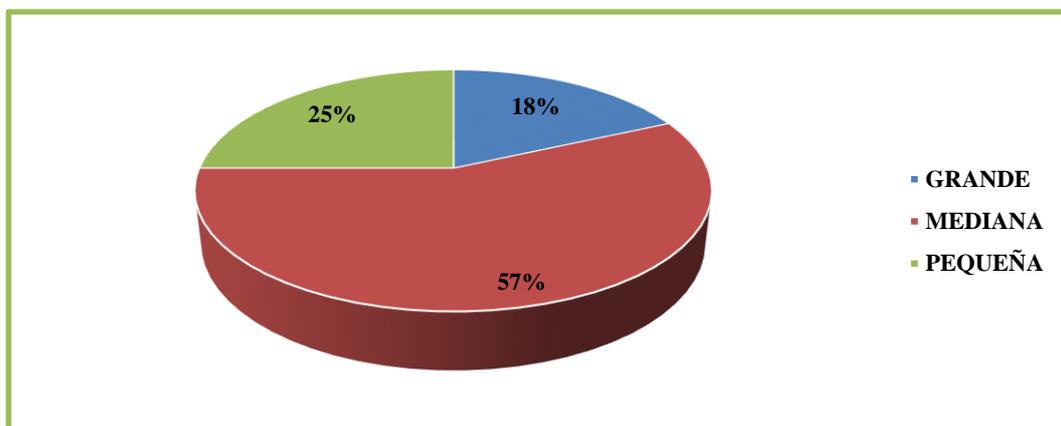
Pregunta N° 7 - ¿Qué variedad de tamaño y cantidad de producto en artesanías usted adquiere?

TABLA N° 11 - Tamaño y cantidad de producto

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
GRANDE	70	18%
MEDIANA	218	57%
PEQUEÑA	96	25%
TOTAL	384	100%

Fuente: Tamaño y cantidad de producto - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 12 - Tamaño y cantidad de producto



Fuente: Tamaño y cantidad de producto - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Se quiso determinar el tamaño y la cantidad de productos que los habitantes de la provincia de Santa Elena adquieren en las diferentes artesanías, para lo cual existe un 57% que mencionó que obtiene solo en mediana cantidad ya que esto podría darse de acuerdo al uso que le vayan a dar a lo adquirido ya sea adorno, recuerdo o algún obsequio que deseen dar a alguien en especial, y con lo que respecta en un 25% solo adquiere en pequeñas cantidades, esto se da más bien en personas que solo lo utilizan para uso propio ya sea esto por moda, y en grandes cantidades con un total de 18% porque podrían ser destinadas para la venta en locales comerciales u otros usos.

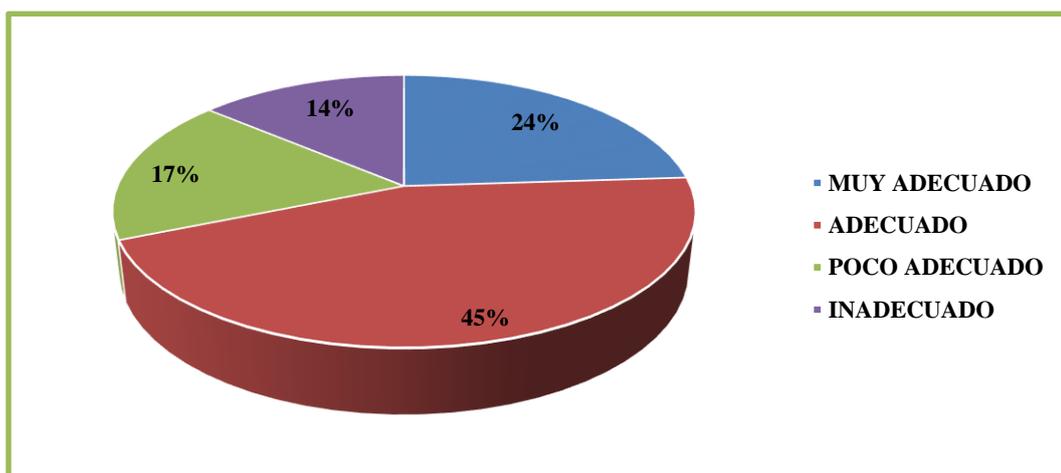
Pregunta N° 8 - ¿La comodidad de los centros artesanales como lo considera?

TABLA N° 12 - Comodidad en los centros artesanales

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUY ADECUADO	92	24%
ADECUADO	172	45%
POCO ADECUADO	67	17%
INADECUADO	53	14%
TOTAL	384	100%

Fuente: Comodidad centros artesanales - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 13 - Comodidad en los centros artesanales



Fuente: Comodidad centros artesanales - Habitantes de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

La comodidad en los centros artesanales para la mayoría de personas que asisten a dichos lugares sean estos dentro o fuera de la provincia mencionan que es adecuado con un 45% ya que por estar ubicados en zonas que regularmente por tradición ancestral los locales tienen que ser rústicos y muchas de las personas que visitan estas zonas sean turistas o de la localidad le incomoda dicha forma de adecuarlos, así mismo en un 24% de los encuestados menciona que los centros artesanales están muy adecuados y acorde al tipo de cultura que el sitio debe tener para la atracción y comodidad de las personas.

Pregunta N° 9 - ¿La calidad de las artesanías que usted adquiere son?

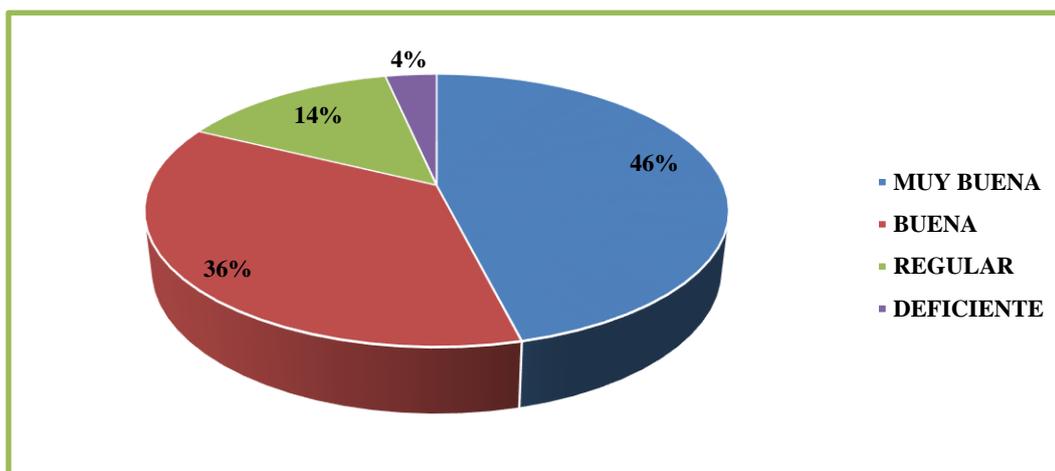
TABLA N° 13 - Calidad de artesanías

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUY BUENA	177	46%
BUENA	139	36%
REGULAR	55	14%
DEFICIENTE	13	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Calidad de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 14 - Calidad de artesanías



Fuente: Calidad de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

La calidad de las artesanías que se puedan elaborar dentro o fuera de la provincia es muy indispensable para la creación del centro artesanal en la comunidad ya que se podrá medir el grado de satisfacción que tengan los visitantes a dicho centro por las artesanías, es por ello que para el 46% de las personas encuestadas manifestó que la calidad de las artesanías es muy buena ya que en la localidad se realizan los productos con mucha dedicación y esfuerzo por parte de los artesanos, así mismo existen personas que consideran que la calidad es buena con un 36% con respecto a las demás ya que se cree que los mismos no son muy apetecidas por las artesanías.

Pregunta N° 10 - ¿El precio de las artesanías son?

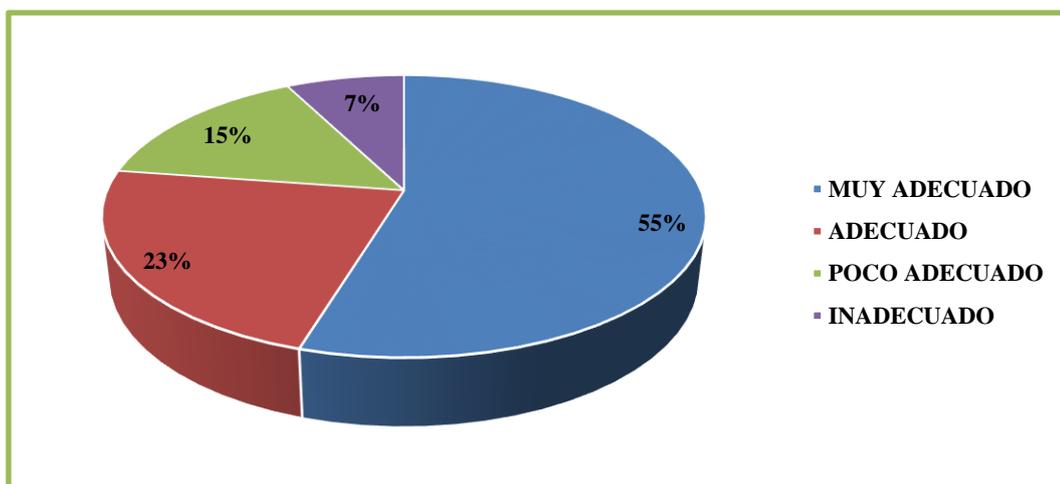
TABLA N° 14 - Precio de artesanías

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUY ADECUADO	210	55%
ADECUADO	87	23%
POCO ADECUADO	58	15%
INADECUADO	29	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Precio de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 15 - Precio de artesanías



Fuente: Precio de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

El 55% de las personas encuestadas en la provincia de Santa Elena manifiestan que el precio de las artesanías que comúnmente se elaboran y se comercializan dentro de la provincia su valor es muy adecuado ya que se cree que estas personas adquieren artesanías permanentemente al precio que le sugiere el encargado de atenderla sin dificultad alguna para utilizarlos como ellos más lo prefieran, de igual forma el 23% de los habitantes mencionan que el precio de las artesanías es adecuado con respecto a los demás ya que para ello, se piensa que podría afectar su economía.

Pregunta N° 11 - ¿La publicidad de los centros artesanales que existen en la provincia son?

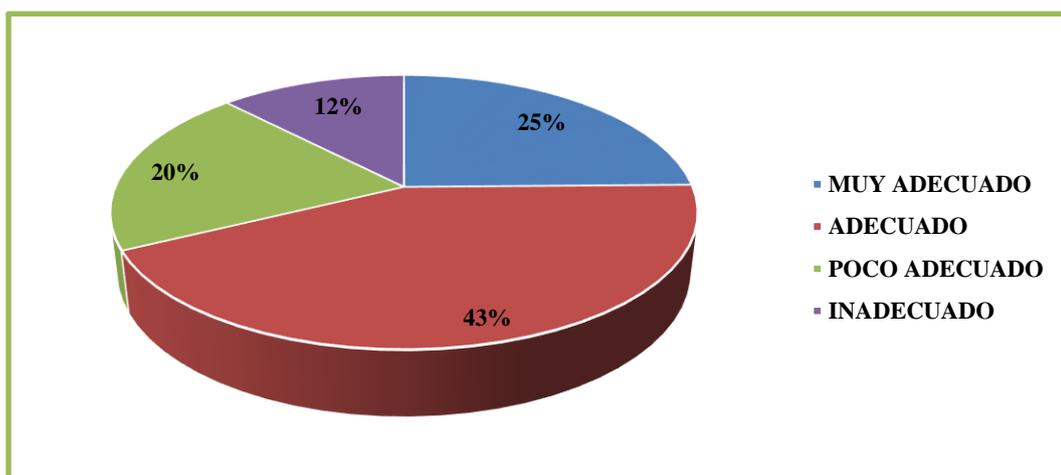
TABLA N° 15 - Publicidad en los centros artesanales

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUY ADECUADO	95	25%
ADECUADO	165	43%
POCO ADECUADO	77	20%
INADECUADO	47	12%
TOTAL	384	100%

Fuente: Publicidad centros artesanales - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 16 - Publicidad en los centros artesanales



Fuente: Publicidad centros artesanales - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

La publicidad es uno de los elementos indispensables que se implementara en el nuevo centro artesanal por lo que se consultó a los diferentes encuestados como consideran ellos la publicidad en los centros artesanales que han visitado, de los cuales el 43% mencionó que es adecuado ya que en varios centros artesanales no cuentan con la debida publicidad que debe darse para el crecimiento del mismo y de su alrededor, así mismo existen personas que creen que la publicidad es muy adecuada en todo ámbito con un 25% del total, por tal razón se efectuará publicidad a toda la provincia del mismo.

Pregunta N° 12 - ¿Con que frecuencia visita la comuna Libertador Bolívar?

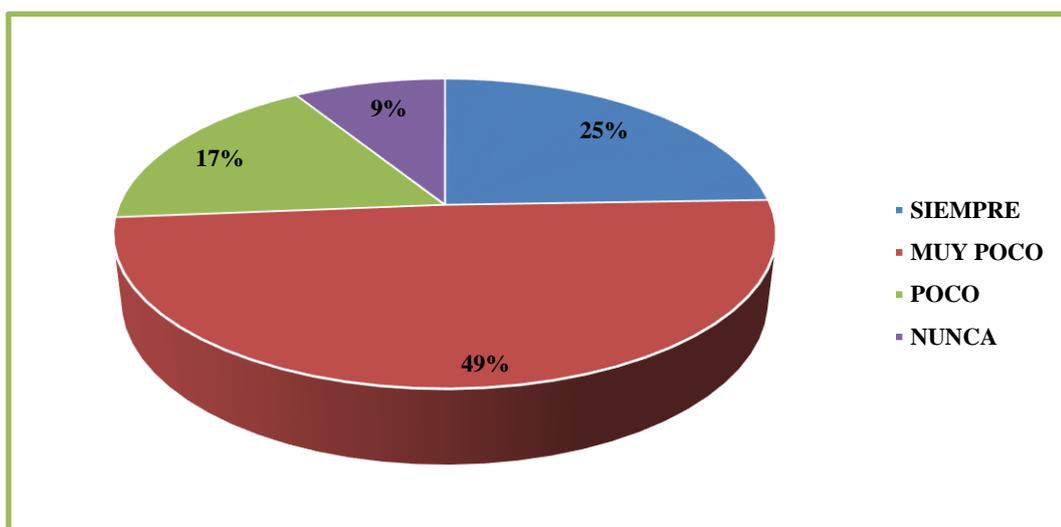
TABLA N° 16 - Frecuencias de visita a la comuna

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
SIEMPRE	94	24%
MUY POCO	189	49%
POCO	67	17%
NUNCA	34	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Visita a la comuna - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 17 - Frecuencia de visita a la comuna



Fuente: Visita a la comuna - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Con respecto a la siguiente pregunta con qué frecuencia visitan los habitantes de la provincia de Santa Elena hacia la comuna Libertador Bolívar ente de artesanías y acciones culturales y ancestrales, nos manifestaron un 49% que es muy poco su visita a dicha comuna por lo que se cree que más van por turismo es decir van por su esplendorosa playa que allí se ubica, y que para propósitos de otra índole como son las artesanías de igual forma, con un 25% hay personas que si visitan la comuna por su atractivo turístico y por lo demás que se pueda ofrecer ya sea aventuras y artesanías que se elaboran dentro de la localidad.

Pregunta N° 13 - ¿Cómo considera la creación de un centro artesanal en la comuna Libertador Bolívar?

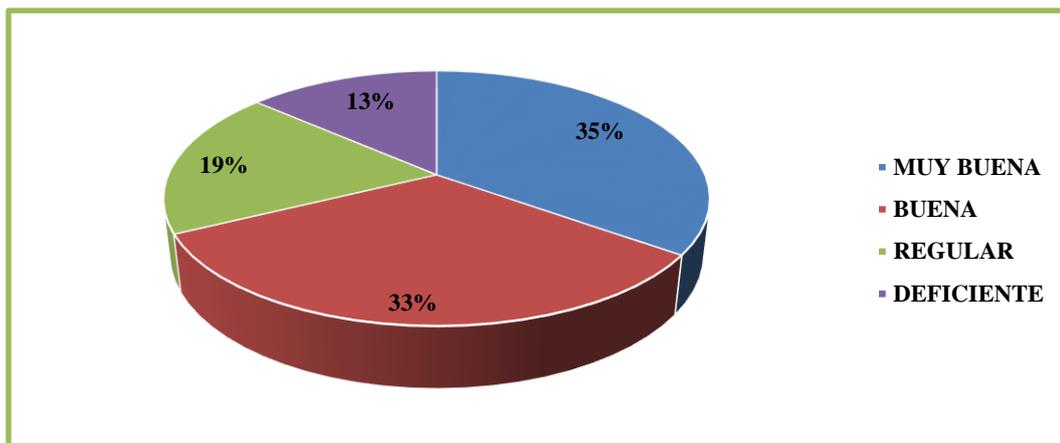
TABLA N° 17 - Creación del centro artesanal en la comuna

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
MUY BUENA	134	35%
BUENA	126	33%
REGULAR	72	19%
DEFICIENTE	52	14%
TOTAL	384	100%

Fuente: Creación centro artesanal en la comuna - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 18 - Creación del centro artesanal en la comuna



Fuente: Creación centro artesanal en la comuna - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

A los habitantes de la provincia de Santa Elena se les consultó sobre cómo ven ellos la creación de un Centro Artesanal en la comuna Libertador Bolívar el cual para un 35% de las personas indican que es muy buena la idea por lo que en dicha localidad no existe un centro donde se pueda expender todo tipo de artesanías que se elaboran con mucho esfuerzo y dedicación en la comuna, esto es muy favorable y de gran beneficio para todos, de la misma manera hay un 33% de personas que consideran la creación del “Centro Artesanal” como una idea buena para asistir a la misma el cual también servirá de mucha satisfacción.

Pregunta N° 14 - ¿Asistiría al nuevo centro artesanal?

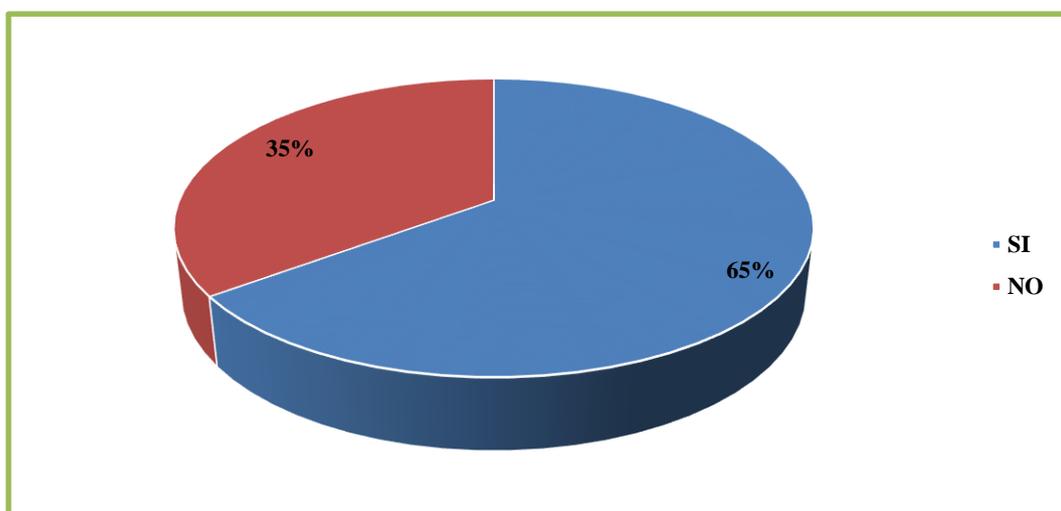
TABLA N° 18 - Asistiría al nuevo centro artesanal

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
SI	249	65%
NO	135	35%
TOTAL	384	100%

Fuente: Asistiría al centro artesanal - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 19 - Asistiría al nuevo centro artesanal



Fuente: Asistiría al centro artesanal - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Con la siguiente pregunta se quiso determinar la afluencia y asistencia que podría tener al crearse el centro artesanal en la comuna Libertador Bolívar, dándonos un resultado positivo y satisfactorio ya que según las encuestas realizadas a los habitantes de la provincia de Santa Elena nos mencionaron con un 65% del total de las personas que si asistirían al nuevo centro artesanal y esto es de mucha complacencia ya que para los asociados se obtendría mayores beneficios económicos y para la localidad una mayor concurrencia ya sea por turismo o más bien por visitar y adquirir productos como todo tipo de artesanías en el nuevo centro.

Pregunta N° 15 - ¿Por la artesanía que usted elija estaría dispuesto a cancelar el valor sugerido?

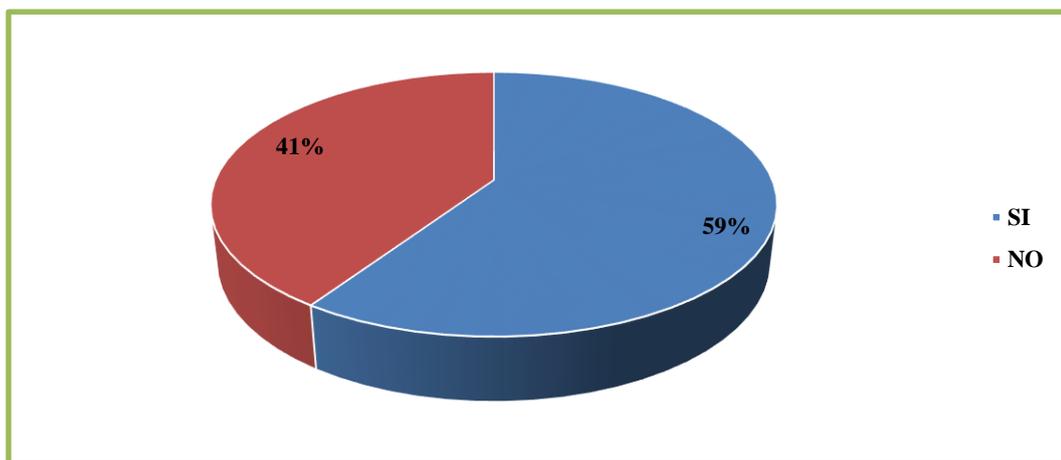
TABLA N° 19 - Dispuesto a cancelar el valor sugerido

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
SI	228	59%
NO	156	41%
TOTAL	384	100%

Fuente: Cancelar valor sugerido - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 20 - Dispuesto a cancelar el valor sugerido



Fuente: Cancelar valor sugerido - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Para los diferentes encuestados en la provincia de Santa Elena se les consultó si estarían dispuesto a cancelar el valor sugerido por parte del artesano que elabora la artesanía que ellos prefieran y se obtuvo como resultado positivo de aquello con un 59% que si estaría dispuesto a cancelar el valor por lo que no tendrían ningún inconveniente al momento de adquirir cualquier tipo de artesanía que ellos seleccionen, de igual forma hay un 41% de personas que discrepan en el valor que le puedan sugerir los productores por la artesanía que se elija ya que ellos verificarían el estado de la artesanía, el acabado de primera que debe tener todo producto.

Pregunta N° 16 - ¿La artesanía que usted prefirió comprar es para?

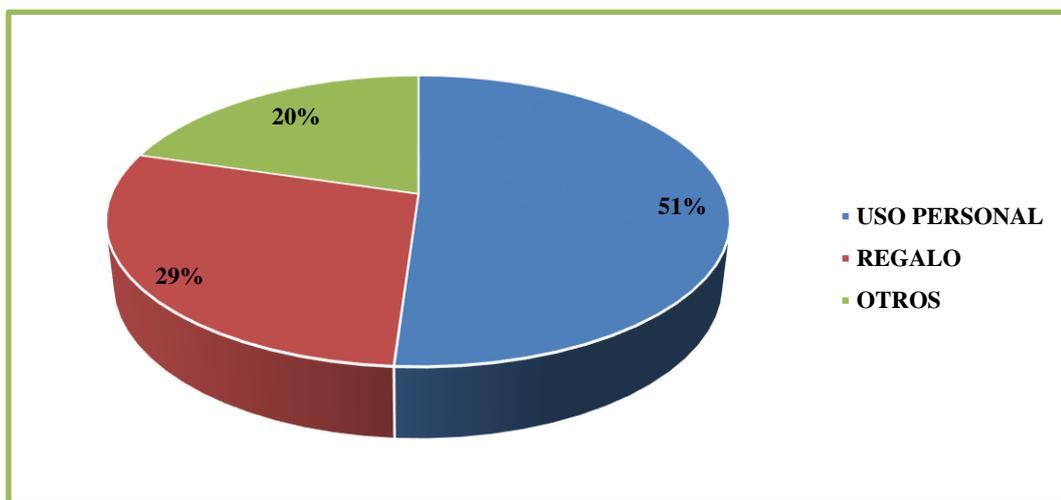
TABLA N° 20 - Uso de artesanías

ITÉMS	PARTICIPACIÓN	%
USO PERSONAL	196	51%
REGALO	110	29%
OTROS	78	20%
TOTAL	384	100%

Fuente: Uso de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 21 - Uso de artesanías



Fuente: Uso de artesanías - Habitantes de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Se aspiró recolectar información sobre el uso que le darían las personas a las diferentes artesanías que se adquirieran, dándonos como resultado satisfactorio y auténtico que para un 51% del total de los encuestados la utilizaría para algo personal ya sea esto por moda o por algún evento social que tenga y pueda lucir las artesanías que ha elegido. De la misma manera se obtuvo como resultado que un 29% que la utilizaría como obsequio hacia alguna persona en especial con respeto y cariño, y con el 20% manifiesta que la utilizarían con otro fin ya sea por adornos, recuerdos o reliquias que para ellos represente cada una de las artesanías que escogieron.

3.2.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.2.1. CONCLUSIONES

- La actividad artesanal brinda buenas condiciones para dinamizar la economía local, pues utiliza mano de obra familiar y comunitaria, lo que influye en la generación de empleo, es una actividad complementaria al turismo y tiene posibilidades de abrir nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional. Sin embargo, el desarrollo artesanal es indispensable considerar los impactos de esta actividad sobre el ambiente, pues en la mayoría de los casos la materia prima para la producción artesanal son los recursos naturales.

- De acuerdo a las 384 encuesta realizadas en toda la provincia de Santa Elena, se concluye que mediante aquello se ha podido establecer mejores parámetros en base a la creación del nuevo centro artesanal en la comuna Libertador Bolívar de las cuales se han aplicado los diferentes conocimientos adquiridos para la obtención de los resultados positivos de la misma

- Un problema de mucha intervención se ve reflejado en la falta de promoción y publicidad en los diferentes centros artesanales ya existentes en la provincia, lo cual ocasiona una reducción y baja economía en las ventas de las diferentes artesanías elaboradas por los artesanos y a su vez menores ingresos para los mismos.

- Las diferentes localidades indagadas para realizar las debidas encuestas no prestan la colaboración suficiente para obtener una información más minuciosa relacionada con el tema propuesto debido a las convicciones de estos sectores.

3.2.1. RECOMENDACIONES

- De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas se puede determinar que es necesario la creación del nuevo centro artesanal ya que en la localidad no existe un espacio físico donde los artesanos puedan expender los diferentes productos que ellos elaboran con mucha dedicación y esfuerzo, y se constató que si hay lugares específicos donde se pueda construir dicho centro artesanal.

- Al crearse el centro artesanal se logrará diversificar la oferta de muchos productos artesanales y de esta manera se podrá mejorar los ingresos económicos tanto para los artesanos como para la comunidad en general y esto constituirá un estímulo para modernizar todos los productos que los artesanos elaboran día a día.

- Lo que se quiere también lograr es que la comercialización de las artesanías se realice mediante estrategias de promoción que puedan captar la atención de los visitantes al centro artesanal y esto se puede alcanzar con la debida capacitación a todos los socios en las áreas que corresponda.

- Con el fin de potencializar la actividad artesanal en la provincia de Santa Elena es necesario promover acciones que conlleven a la organización de este sector económico por grupos afines.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UN CENTRO ARTESANAL PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS AMBULANTES RUTA DEL SOL DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.1.1. Segmentación de mercado

El segmento de mercado al cual nos podremos dirigir consistirá en dividir el mercado total de un bien ya sea en varios grupos más pequeños o interiormente semejantes. Es esencial conocer que el segmento al cual nos dirigiremos tiene que ser básicamente a los consumidores de todo tipo de artesanías, así mismo se segmentará adecuadamente el mercado para que este sea un elemento decisivo de éxito para el nuevo centro artesanal. A continuación se comparará los elementos más importantes para la segmentación de mercado que tendrá el nuevo centro artesanal.

Aspecto económico.- este aspecto se ha determinado por componentes que influyen directamente en el poder de compra de los demandantes. Obviamente este componente, el poder de compra depende del nivel de ingresos que los consumidores perciben. La predisposición de los ingresos y el comportamiento de las condiciones económicas van de acuerdo al nivel alto, nivel medio y nivel bajo de ingresos de cada familia de la provincia de Santa Elena. En el caso para la creación del nuevo centro artesanal estará orientado a todas las familias de todos los estratos económicos.

Aspecto cultural.- el aspecto cultural es posiblemente uno de los componentes más difíciles a vencer, este factor está claramente diferenciado de producto en producto debido a que los habitantes de la provincia de Santa Elena en su comportamiento de compra tienen bien definido que producto es de su preferencia. Pero para este

caso se deberá de alguna forma tratar de cambiar el pensamiento y lograr influencia al demandante que se debe tomar otras alternativas al momento de adquirir algún producto artesanal.

Analizando el mercado donde el producto competirá, se llega a la conclusión de que se enfrentará a una demanda poca satisfecha, pero no saturada pues al querer introducir un aspecto diferenciador, se pudo encontrar el nicho de mercado por lo tanto el centro artesanal tiene segmentado su mercado hacia los consumidores finales que son todas las personas que habitan en la provincia de Santa Elena.

El centro artesanal realizará ventas de forma directa a los clientes, los mismos que se convertirán en canales de distribución para que las artesanías lleguen al consumidor final.

4.2.DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Para determinar la población objetivo de este proyecto se procedió a reunir a cada uno de los miembros de la asociación con el fin de recabar información sobre cuál es el mercado en el que ellos más comercializan sus productos.

Dando como resultado que para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar, siendo Montañita una localidad donde existe una afluencia masiva de turistas tanto nacionales como internacionales y es por eso que la mayoría de los asociados opta por trasladarse hacia esa zona para comercializar todos sus productos de muy buena calidad.

Montañita es otro lugar en el que se confecciona artesanías empleando materia prima como la concha Spondylus, la tagua, entre otros materiales, pero en su mayoría los artesanos son extranjeros que traen sus habilidades y acá los explotan a cabalidad.

4.3.IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES METAS

4.3.1. Género

De acuerdo con lo que se averiguó e indagó con las encuestas realizadas a todos los habitantes la provincia de Santa Elena se ha constatado que el género femenino es quien más adquiere todo tipo de artesanías ya que en dicho género se las puede apreciar de mejor forma y realce a todas la artesanías que en ellas elijan, ya que es un mercado meta más prometedor y de mucho beneficio para los diferentes socios que la conforman.

4.3.2. Edad

La edad en que se encuentra nuestro mercado meta oscila entre los 15 años a 19 años de edad, puesto que son estos los jóvenes quienes más pretende las artesanías ya sea por preferencia a lo tradicional de la comuna o por simple hecho de lucir algo novedoso y único en el medio, esto se debe a que básicamente lo tradicional y ancestral se está utilizando hoy en día en muchos países del mundo.

4.3.3. Ingreso aproximado

El nivel de ingreso aproximado para las personas que regularmente adquieren las artesanías ya sea en grandes o en pequeñas cantidades está en menos de \$100, esto se da más que nada en los jóvenes que aún no tienen un trabajo estable y por ende no poseen los recursos necesarios para poder subsistir, en tales circunstancias optan por pedirles dinero a sus padres para adquirir el tipo de artesanías que ellos prefieren.

4.4.FRECUENCIA DE COMPRA

De acuerdo a los parámetros que se utilizaron para evaluar el nivel de frecuencia de compra que los habitantes de la provincia de Santa Elena tienen acerca de las artesanías fue muy favorable ya que en su mayoría nos mencionaron que siempre compran todo tipo de artesanías y le dan el uso que ellos más prefieren llámese esto adorno, recuerdos, uso personal, regalo, entre otros.

El usuario con frecuencia está interesado no solo en el producto en sí, sino también en su proceso de creación, además de la persona y la localidad del artesano. Un buen marketing de artesanías abarca también la “historia” del producto.

Es importante transmitir que productos de artesanía son elaborados por empresas familiares o asociaciones de artesanos, y que cuentan con una larga tradición.

Para la promoción de artesanía es necesaria una muy buena presentación de los productos.

4.5.PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

4.5.1. Demanda actual

La demanda actual del producto que se va a comercializar se la podrá calcular de la siguiente manera. La demanda se define como el requerimiento que realiza la población afectada sobre el conjunto de bienes o servicios, por unidad de tiempo, necesarias para satisfacer su necesidad. La demanda debe medirse en las magnitudes apropiadas

Los posibles compradores del producto son 61739 familias, de acuerdo a los datos obtenidos solo consumirán el 75%, esto da como resultado una posible demanda de 46304 posibles consumidores.

Lo cual proyecta un resultado anual de 90327 calculados de la siguiente manera:

CUADRO N° 10 - Demanda actual

DEMANDA 75%	POBLACION	TIEMPO (MES)	PRODUCTO
Compradores Mensuales	845	12	10140
Compradores Trimestrales	11576	4	46304
Compradores Anuales	33883	1	33883
Total			90327

Fuente: Demanda Actual

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.5.2. Proyección de la demanda

En la provincia de Santa Elena y según los datos estadísticos se ha determinado que la población para el año 2014 podrá tomar como población meta es de 46304 personas, de los cuales las mismas que según las encuestas están dispuestas a adquirir todo tipo de artesanías que sean elaborados y comercializados en la comuna Libertador Bolívar en un 75%, es decir que estas personas demandan el interés que al multiplicarlos al año dan 90327 personas, siendo este resultado la demanda potencial anual.

Una vez que se ha podido determinar la demanda actual se procederá a realizar una proyección de 10 años de la misma, a fin de que se conozca el número de demandantes futuros a lo largo de la vida útil del centro artesanal.

Para proyectar la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional anual que se estimó de un 2.36%, así de esta forma se realizó la proyección la cual tuvo los siguientes resultados hasta el año 2023.

CUADRO N° 11 - Proyección de la demanda

2,36%										
ALTERNATIVA	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PEQUEÑO	66489	68058	69664	71308	72991	74714	76477	78282	80129	82020
MEDIANO	20648	21135	21634	22145	22667	23202	23750	24310	24884	25471
GRANDE	3190	3265	3342	3421	3502	3585	3669	3756	3844	3935
TOTAL	90327	92459	94641	96874	99160	101501	103896	106348	108858	111427

Fuente: Proyección de la demanda

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se podría mencionar que la oferta en el sector artesanal, es el conjunto de empresas, dedicadas a brindar todos los productos destinados al consumo de los turistas, aprovechando los atractivos naturales y culturales del lugar donde se esté ofertando el producto. Para que se pueda realizar el análisis correspondiente a la oferta, se ha

considerado no solo a los centros turísticos existentes en el cantón sino también a todos los establecimientos que ofertan este tipo de productos en toda la provincia De Santa Elena considerándolos como competencia directa.

Factores que afectan la oferta

Materia prima.- En el mercado ecuatoriano se encuentra casi todos los insumos para la elaboración y comercialización de diferentes artesanías que la asociación fabrica, pero no siempre la materia prima está a la disposición de todos es por esto que muchos de los artesanos están obligados a traerla desde otras provincias si eso incurre en gastos mayores que a veces no hay como solventarlos.

Capacitación.- Para la debida capacitación a lo que se refiere el proceso de ensamblaje para las diferentes artesanías todavía sigue siendo a lo tradicional, con pocos procesos estandarizados y sin ajustarse a normas de calidad para la artesanía.

CUADRO N° 10 - Análisis de oferta proyectada

2,36%										
ALTERNATIVA	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PEQUEÑO	14620	14965	15318	15680	16050	16429	16816	17213	17619	18035
MEDIANO	5398	5525	5656	5789	5926	6066	6209	6355	6505	6659
GRANDE	1720	1761	1802	1845	1888	1933	1978	2025	2073	2122
TOTAL	21738	22251	22776	23314	23864	24427	25004	25594	26198	26816

Fuente: Proyección de oferta

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.7.IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES

Como competencia indirecta ya que no hay centro artesanal que sea similar al que se pretende crear en la comuna Libertador Bolívar, de los cuales está el Comercial Buenaventura Moreno, ubicado en el cantón La Libertad que a su vez ofrecen todo tipo de artesanías elaboradas con diferentes materiales. De igual forma también está el centro artesanal ubicado en el cantón Salinas, en la comuna La Entrada, en esta

comunidad se elaboran artículos a base de papel reciclado como carpetas, sobres, fundas, agendas muy atractivos y adornados con flores disecadas de diversos colores, en la comuna de Olón y Las Núñez la variedad de estos artículos elaborados exclusivamente en caña guadua y bambú es extensa para múltiples usos en el hogar y la oficina.

En la comuna de Dos Mangas se encuentra ubicado un centro artesanal para la elaboración de todo tipo de diseños sean estos bolsos, carteras, adornos de casa, entre otros, hechos a base de paja toquilla y los productos hechos a base de tagua son muy deseado por los turistas que visitan la comuna.

Los centros artesanales antes mencionados en sus respectivas comunas poseen algo en particular que se los identifican con la creación del centro artesanal para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar esto es que todos los productos se los realiza artesanalmente y con dedicación en cada uno de los mismos.

4.8.DEMANDA INSATISFECHA

Se puede determinar la demanda insatisfecha por la diferencia entre la demanda potencial y oferta potencial, considerando que la demanda insatisfecha toma en cuenta la oferta de toda la variedad de productos en sus diferentes materiales que existen en el sector artesanal.

CUADRO N° 13 - Demanda insatisfecha

ALTERNATIVA	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
DEMANDA	90327	92459	94641	96874	99160	101501	103896	106348	108858	111427
OFERTA	21738	22251	22776	23314	23864	24427	25004	25594	26198	26816
TOTAL	68589	70208	71865	73561	75297	77074	78893	80754	82660	84611

Fuente: Demanda Insatisfecha

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.9.MARKETING MIX

4.9.1. Producto

El producto va a ser elaborado con materiales de distintas regiones del país los materiales son: paja toquilla, caña, balsa, concha entre otras. Entre los tipos de artesanías se encuentran bisutería como: aretes, pulseras, collares, anillos, tobilleras, etc., en fin materiales de los cuales van a salir distintos productos con los mejores acabados que van a elaborar los artesanos de la asociación, los cuales tienen experiencia y conocimiento de cómo elaborar los productos, van a ser productos manufacturados muy bien elaborados, ya que hay fuerte competencia en la ciudad en cuanto a las artesanías, pero los productos del centro artesanal van a brindar más que un beneficio un prestigio de llevar los mejores productos artesanales de la provincia.

Los productos que se elaboran dentro de la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar se detallan a continuación:

- ✓ Bisuterías
- ✓ Artículos hechos en tagua
- ✓ Lámparas artesanales
- ✓ Hamacas

4.9.2. Precio

En productos de un costo de elaboración y sobre todo destinado para el mercado local, el programa de precios a aplicarse será el de “Penetración” ya que lo que se quiere es construir demanda primaria y captar nuevos clientes a través de la competencia de precios. Pero en la mayoría de productos a comercializarse se aplicará un programa es decir dar el enfoque de atraer nuevos clientes con base en la calidad de los productos. Además se ha considerado que existe una barrera financiera muy fuerte que corresponde a la inversión que implica el establecimiento de todo el proyecto en su conjunto.

Es importante mencionar que como objetivo principal dentro del Centro Artesanal, está el de obtener una rentabilidad de por lo menos en un rango del 30% al 50% por producto, obviamente dependiendo de la calidad, diseño, tiempo de producción o elaboración y sobre todo en la cantidad demandada, este margen podría ser menor o mayor, esto con la finalidad de fomentar el consumo de estos productos.

4.9.2.1. Estrategias de precios

- ✓ Establecer precios preferenciales por introducción
- ✓ Ofrecer a los consumidores precios competitivos, ya que lo que se quiere lograr con este proyecto es eliminar a los intermediarios.
- ✓ Realizar un estudio de precios cada cierto tiempo para mantenerse en el mercado compitiendo con las demás microempresas.
- ✓ Analizar el sistema productivo adecuado que le permita determinar costos, y establecer un precio accesible.
- ✓ Descuentos para compras en grandes cantidades.
- ✓ Precios iguales tanto para turistas nacionales como turistas extranjeros.

4.9.3. Estrategias de distribución

Si hablamos de distribución nos referimos al proceso de hacer que un producto o servicio esté disponible para el cliente o empresa usuaria.

- La estrategia de distribución de acuerdo al nivel se podrá realizar con un tipo de canal que se muestra gráficamente a continuación:



Con este tipo de canal lo que se pretende realizar es una distribución directa de los diferentes productos artesanales, los cuales serán adquiridos directamente del artesano al consumidor final y de esta manera se eliminaría por completo al intermediario quien afecta en este proceso.

Otro punto a considerar es la estrategia a la localización del “Centro Artesanal” por el hecho de encontrarse en la ruta del Spondylus ya que esta es de afluencia masiva de turistas sean estos nacionales o extranjeros.

De igual forma la atención del nuevo “Centro Artesanal” será en un horario que se establecerá con las debidas autoridades de la asociación ya que esta es la encargada de tomar la mejor decisión y que beneficie para todos.

4.9.3.1. Identificación del canal óptimo

En la actualidad la asociación de artesanos utiliza el siguiente tipo de canal para su distribución:

- ❖ Productor al consumidor final
- ❖ Productor, mayorista y consumidor final
- ❖ Productor, mayorista, minorista y consumidor final
- ❖ Productor, minorista y consumidor final

Según datos obtenidos y referencias de personas dentro de la asociación se pudo constatar que la distribución de los diferentes productos se realiza de la siguiente manera:



Ventajas y desventajas de los canales actuales

Ventajas

- ✓ Se ofrece en grandes cantidades suficientes que a su vez hacen que el proceso y el envío resulte económica.
- ✓ Se permite evaluar con mayor rapidez las diferentes tendencias que existen día a día en la moda.
- ✓ Se podrá producir lo que se va a vender, así mismo controlar el precio y la ubicación de los diferentes productos acordes al “Centro Artesanal”.

- ✓ Se conseguirá alcanzar un mercado selectivo en todos los productos que se ofrecerán al mercado.

Desventajas

- ✓ Los habitantes de la provincia De Santa Elena exigen productos netamente estandarizados.
- ✓ Para acceder a lo que es el mercado minorista se requerirá una exhaustiva campaña publicitaria.
- ✓ Se aumenta en ciertas proporciones el precio y se tiene un buen movimiento.
- ✓ Exigen precios muy bajos y más movimiento de productos estrellas.

4.9.4. Promoción

4.9.4.1. Presupuesto de promoción

Esto se llevará a cabo por distintos medios de publicidad los cuales se los realizaría por intermedio de radio, televisión de la localidad, spoch que contengan el logotipo del “Centro Artesanal” y esto será de mucho beneficio ya que permitirá a los turistas o habitantes de las comunas aledañas acceder y conocer lo que oferta dicho “Centro Artesanal”, de esta manera se creará una publicidad boca a boca por los diferentes comentarios y buenas referencias que puedan dar las personas que acudan al “Centro artesanal”.

También se elaborarán trípticos atractivos que se entregarían en puntos estratégicos de la ciudad como: periódicos locales, farmacias, anuncios publicitarios por megáfonos en las diferentes localidades de la provincia por medio de carros ambulantes y de así se podrá demostrar la seguridad y credibilidad de la eficiente y eficaz microempresa.

Promociones

Se tendrá a la disposición de toda la comunidad de la provincia de Santa Elena un sin número de promociones, ya que no solo se realizaran en ocasiones específicas

si también en distintas fechas del año, incluyendo las festividades de la comuna y en los diferentes tipos de actividades que se desarrollarían a diario.

CUADRO N° 14 - Costos de publicidad

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Hojas Volantes	500	6000	\$ 0,03	\$ 15,00	\$ 180,00
Radio	10	120	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 420,00
Periódico	10	120	\$ 2,50	\$ 25,00	\$ 300,00
Televisión	5	60	\$ 13,50	\$ 67,50	\$ 810,00
Gigantografía	2	24	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Trípticos	300	3600	\$ 0,05	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL	827	9924	\$ 69,58	\$ 257,50	\$ 3.090,00

Fuente: Costo de publicidad

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.9.5. Estrategias competitivas

Estrategia de diferenciación

Con esta estrategia el “Centro Artesanal” requiere crear un producto único y que este sea valorado y catalogado como tal, donde el consumidor final esté dispuesto a pagar un precio justo y acorde al tipo de artesanía que este adquiriendo. El “Centro Artesanal” está encaminado a alcanzar una ventaja competitiva en el sector global con respecto a los competidores.

Para esto es necesario seleccionar uno o más atributos del producto que se consideran importantes en el “Centro Artesanal”, y es ahí donde se dispone a satisfacer el cliente y esta exclusividad lleva a que el precio sea un poco mayor, la diferenciación se puede dar en: el producto en sí, en el enfoque de la comercialización, en la forma como se distribuye o en otros factores.

Esta estrategia se debe seguir si hay un estudio de preferencias y necesidades del consumidor, para saber si es viable o no incorporar una característica diferenciadora, llevar a cabo esta estrategia puede producir a que el consumidor no

reconozca y no valore el producto como exclusivo y considere que vale lo que le piden.

Diferenciación.

Factores de diferenciación en el “Centro Artesanal”:

- Características
- Imagen de marca
- Innovación
- Servicio al cliente
- Distribución

Para lograr aplicar eficazmente la estrategia de diferenciación los artesanos deben tener en cuenta los siguientes puntos:

Operaciones:

- Mejorar la calidad del producto disminuyendo las fallas que este pueda tener.
- Eficiencia en los procesos productivos.

Logística interna:

- Materias primas y de insumos de alta calidad que refuercen la imagen del producto.
- Acceso a sistemas de información, con el fin de incursionar a nuevos mercados.

Logística externa:

- Mejorar y ampliar la distribución de los productos al consumidor.

Marketing:

- Efectivas campañas publicitarias.
- Campaña para promover la marca que se emplee en el “Centro Artesanal”.

Servicio:

- Efectiva respuesta a los requerimientos del cliente.
- Estrechar relaciones con los clientes.

Esta estrategia es viable para ganar posición en el mercado porque ofrece fidelidad a la marca por parte de los consumidores. Para llevar a cabo esta estrategia no es

necesario bajar los costos por que si se producen productos particulares y con las exigencias hechas por los consumidores como diseños exclusivos, no es necesario bajar costos por que gracias a los consumidores se incrementaran los márgenes de ganancia, además gracias a eso los artesanos ganaran confianza y no tendrán temor de enfrentar productos sustitutos de algunos de sus competidores. Con esta estrategia es recomendable que los artesanos elaboren productos realmente diferenciados y que no sean fáciles de imitar por la competencia, que sean de convencimiento por el consumidor y que este realmente lo valore, aun así su precio no debe ser demasiado elevado comparado con el de la competencia.

4.10. ESTUDIO TÉCNICO

4.10.1. Infraestructura de la empresa

La infraestructura del “Centro Artesanal” estará dividida por secciones de las cuales están las siguientes: Oficina del Gerente, Sala de Reuniones; Baños para el público en general, locales donde los artesanos expondrán sus productos, áreas verdes, parqueadero para los diferentes automóviles de turistas nacionales y extranjeros.

GRÁFICO N° 22 - Infraestructura del centro artesanal



Fuente: Infraestructura centro artesanal - Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.10.2. Capacidad instalada

La capacidad instalada del proyecto de creación del “Centro Artesanal” estará definida por un tiempo de producción (min/año) calculado con base en las maquinarias, que serán manipuladas por tres operarios encargados de cortado, armado y terminado, que laboraran en el centro artesanal en un turno, completando una jornada de ocho horas diarias, durante los siete días de la semana: de lunes a domingo, para un total de 56 horas semanales.

A este tiempo de producción (min/año) deberá restársele el tiempo ocioso (min/año); ya que, cada jornada laboral tendrá un lapso de tiempo ocioso o suplementario de 20 minutos en la mañana y 20 minutos en la tarde, para obtener el tiempo real de producción (min/año).

CUADRO N° 15 - Tiempo de producción de artesanías

ARTESANIAS	CORTE	ARMADO	TERMINADO	TOTAL
HAMACAS	10	30	60	100
LAMPARAS	15	30	60	105
BISUTERIA	4	8	15	27
ARTESANIAS DE TAGUA	1	10	25	36
TOTAL	30	78	160	268

Fuente: Tiempo de producción de artesanías
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Tiempo de producción (min/año)

$2 \text{ operarios} \times 1 \text{ turno} \times 480 \text{ min} \times 7 \text{ días} \times 4 \text{ semanas} \times 12 \text{ meses} = 322560$
(min/año)

Menos tiempo ocioso (min/año)

$2 \text{ operarios} \times 1 \text{ turno} \times 40 \text{ minutos} \times 7 \text{ días} \times 4 \text{ semanas} \times 12 \text{ meses} = 26880$
(min/año)

Tiempo real de producción (min/año)

$322560 \text{ (min/año)} - 26880 \text{ (min/año)} = 295680 \text{ (min/año)}$

De acuerdo a lo primero, tomando el tiempo real de producción se calcula el tiempo de producción por producto para luego determinar la capacidad instalada.

CUADRO N° 16 - Tiempo de producción instalado por producto

ARTESANIAS	PARTICIPACION	TIEMPO/AÑO
TRENZAS	13%	38.438
HAMACAS	15%	44.352
LAMPARAS	17%	50.266
BISUTERIA	25%	73.920
ARTESANIAS DE TAGUA	30%	88.704
TOTAL	100%	295.680

Fuente: Tiempo de producción instalado por producto

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Dividiendo el tiempo de producción por producto (min/año) por el tiempo de elaboración por unidad de producción (min/u), se obtiene la capacidad instalada anual (u/año).

CUADRO N° 17 - Capacidad instalada anual (u/año)

ARTESANIAS	TIEMPO/ARTESANIA	TIEMPO ANUAL EN MINUTOS	ARTESANIAS ANUALES	DOCENAS ANUALES
TRENZAS	45	38.438	854	71
HAMACAS	100	44.352	444	37
LAMPARAS	105	50.266	479	40
BISUTERIA	27	73.920	2.738	228
ARTESANIAS DE TAGUA	36	88.704	2.464	205

Fuente: Capacidad instalada anual

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Capacidad utilizada y proyectada: La tecnología será de vital importancia para el respectivo calculo capacidad utilizada del proyecto que estará definida por el 80% de la instalada, obteniendo de esta forma el número de artesanías por producto para el primer año, ya que es un sector estratégico en el cual se espera aprovechar al máximo

CUADRO N° 18 – Capacidad utilizada anual (docenas/año)

ARTESANIAS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
TRENZAS	71	57
HAMACAS	37	30
LAMPARAS	40	32
BISUTERIA	228	183
ARTESANIAS DE TAGUA	205	164
TOTAL	582	465

Fuente: Capacidad utilizada anual

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Se espera aprovechar al máximo la capacidad de la empresa, sin sobredimensionar la producción, por lo tanto se estima que el crecimiento anual será de un 5%.

CUADRO N° 19 - Proyección de la capacidad utilizada a 5 años

AÑO	PORCENTAJE	TRENZAS	HAMACAS	LAMPARAS	BISUTERIAS	ARTESANIAS EN TAGUA
1	80%	57	30	32	183	164
2	85%	31	34	34	194	175
3	90%	64	33	36	205	185
4	95%	68	35	38	217	195
5	100%	71	37	40	228	205

Fuente: Proyección de la capacidad utilizada

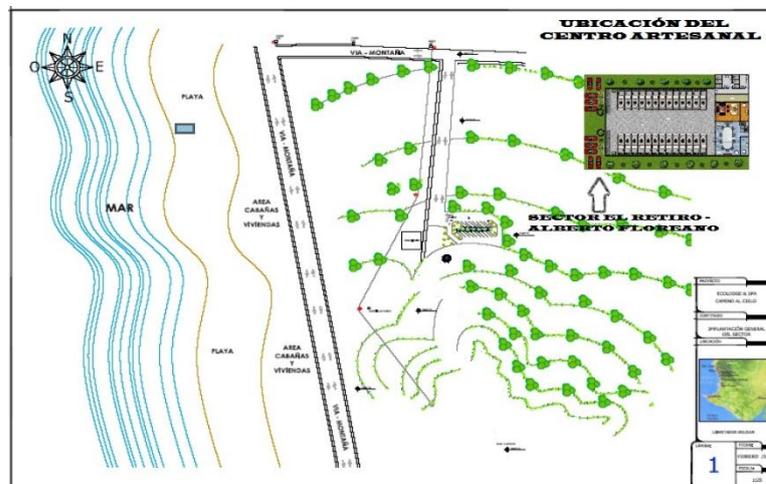
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.10.3. Ubicación del proyecto

La ubicación más adecuada y estratégica que se ha elegido en una conversación con todos los miembros de la asociación es el sector denominado el retiro “Alberto Floreano” el cual es un lugar que cuenta con una vista panorámica esplendorosa, ya que se encuentra a la salida de la comuna y por lo tanto es de fácil acceso a los diferentes turistas sean nacionales o extranjeros llegar hacia dicho lugar porque se encuentra en toda la vía principal de la ruta del spondylus.

De igual manera esto permitirá que se tenga una biodiversidad interesante así como una belleza paisajística que le ayude a cautivar a todas las personas que la visitan, incentivándolas a conocer más a fondo la riqueza natural

GRÁFICO N° 23 - Ubicación del proyecto



Fuente: Ubicación del proyecto - Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol
Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.10.4. Descripción de los procesos

4.10.4.1. Diagrama de flujo de los procesos

Para el respectivo flujo de proceso que desarrollara la mayoría de productos que se elaboren en el centro artesanal se lo hará de la siguiente manera con su respectiva simbología y explicación:

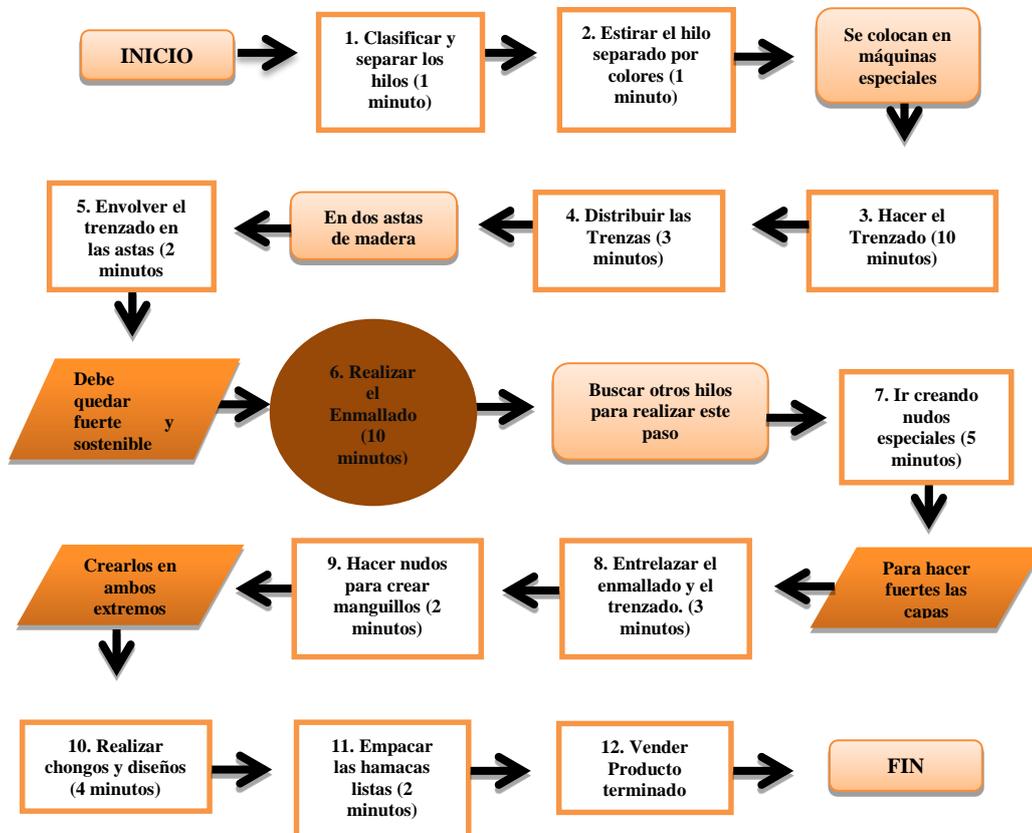
CUADRO N° 20 - Simbología del flujo de proceso

SÍMBOLOS	NOMBRE	EXPLICACIÓN
	Línea de flujo (conexiones de pasos o flechas)	Muestra la dirección y sentido del flujo del proceso, conectando los símbolos
	Terminador (comienzo o final de procesos)	En su interior situamos materiales, información o acciones para comenzar o para mostrar el resultado en el final del mismo.
	Proceso (actividad)	Tarea o actividad llevada a cabo durante el proceso
	Conector (conexión con otro proceso)	Nombramos un proceso independiente que en algún momento aparece relacionado con el proceso principal.
	Datos, entrada/salida (información de apoyo)	Situamos en su interior la información necesaria para alimentar una actividad (datos para realizarla)
	Decisión (decisión/bifurcación)	Indicamos puntos en que se toman decisiones: si o no, abierto/cerrado:

Fuente: Simbología del flujo de proceso

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 24 - Diagrama de procesos para hamacas



Fuente: Diagrama de proceso de hamacas
 Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

CUADRO N° 21 - Tiempo de elaboración de hamacas

N°	ACTIVIDAD	TIEMPO/MIN.
1	Clasificar y separar los hilos	1
2	Estilar el hilo separado	1
3	Hacer el trenzado	10
4	Distribuir las trenzas	3
5	Envolver el trenzado en las astas	2
6	Realizar el enmallado	10
7	Ir creando nudos especiales	5
8	Entrelazar el enmallado y el trenzado	2
9	Empacar las hamacas listas	2
TOTAL TIEMPO HAMACAS		36

Fuente: Tiempo de producción de hamacas
 Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.10.5. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas

CUADRO N° 22 - Balance de maquinarias y equipos

BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
MAQUINAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL AÑOS
MAQUINARIAS				
SIERRA DE MESA	13	\$ 550,00	\$ 7.150,00	10
ESMERIL DE MESA	15	\$ 380,00	\$ 5.700,00	10
CALADORA DE MESA	15	\$ 480,00	\$ 7.200,00	10
LIJADORA	15	\$ 530,00	\$ 7.950,00	10
TALADRO DE MESA	15	\$ 490,00	\$ 7.350,00	10
DREMERS	9	\$ 275,00	\$ 2.475,00	10
PULIDORA	15	\$ 650,00	\$ 9.750,00	10
TOTAL MAQUINARIAS			\$ 47.575,00	
EQUIPOS DE OFICINA				
CAMARAS DE SEGURIDAD	8	\$ 50,00	\$ 400,00	5
DISPENSADOR DE AGUA	5	\$ 40,00	\$ 200,00	5
TELEFONO INALAMBRICO CONVENCIONAL	2	\$ 15,00	\$ 30,00	5
RECIPIENTES DE BASURA	35	\$ 8,00	\$ 280,00	5
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 910,00	
MUEBLES Y ENSERES				
SILLAS	70	\$ 80,00	\$ 5.600,00	10
MESAS	40	\$ 90,00	\$ 3.600,00	10
VITRINAS	60	\$ 120,00	\$ 7.200,00	10
ECRITORIO TIPO GERENTE	1	\$ 210,00	\$ 210,00	10
SILLON GERENCIAL	1	\$ 100,00	\$ 100,00	10
ARCHIVADORES	10	\$ 190,00	\$ 1.900,00	10
JUEGO DE MUEBLES	4	\$ 200,00	\$ 800,00	10
MESA DE JUNTAS	3	\$ 150,00	\$ 450,00	10
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 19.860,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION				
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00	3
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	2	\$ 350,00	\$ 700,00	3
UPS	2	\$ 50,00	\$ 100,00	3
LAPTOP	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	3
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			\$ 4.000,00	
VEHICULO				
CAMIONETA MAZDA DOBLE CABINA 4X4	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	5
INFRAESTRUCTURA				
INFRAESTRUCTURA	1	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	25
TOTAL			\$ 222.345,00	

Fuente: Balance de maquinarias y equipos

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.11. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.11.1. Estudio administrativo

Los aspectos organizacionales y administrativos se desarrollan con la producción y comercialización artesanal en la comuna Libertador Bolívar, en donde se relaciona con las medidas que se regulan y controlan la política nacional de turismo, constituyendo un marco legal en el sector productivo artesanal que busca facilitar la orientación y el fomento de nueva coordinación logrando ejecutar las actividades turísticas mediante un factor de desarrollo económico y social del país.

El sector artesanal, busca posicionar internacionalmente el rescate a la tradición, la innovación, el mercadeo y la comercialización que logra medir a través de los propósitos de liderazgo y contribuyen al mejor funcionamiento integral que se presenta por medio los criterios de sostenibilidad, mejoramiento continuo y el respeto a la identidad cultural del país, a través de la artesanía de la provincia de Santa Elena.

Finalmente, existen metas e indicadores que logra incluir nuevas variables que facilitan aspectos de fortalecimiento orientados a cumplir objetivos trazados por la Entidad.

4.11.2. Estudio organizacional

Se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales. El estudio organizacional determinará las funciones específicas de cada área y cargos siguiendo los procesos como elemento relacionado y de integración para el diseño de estructuras organizacionales:

a) Planeación.- El “Centro Artesanal” selecciona, entre varios caminos alternativos, el que considera más adecuado para alcanzar los objetivos propuestos y generalmente, es una planeación global a largo plazo.

La planeación estratégica exige cuatro fases bien definidas: formulación de objetivos organizacionales; análisis de las fortalezas y limitaciones del centro artesanal; análisis del entorno; formulación de alternativas estratégicas.

b) Organización.- Es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos antes señalados.

Esta etapa del proceso administrativo se basa en la obtención de eficiencia que solo es posible a través del ordenamiento y coordinación racional de todos los recursos que forman parte del grupo social de la asociación.

c) Dirección.- Consiste en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y la supervisión.

La ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social es la tarea de la dirección.

d) Control.- Consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores para poder rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente.

4.11.3. Marco legal

El obtener los permisos y autorizaciones correspondientes, para la ejecución del proyecto, implica el cumplimiento previo de la documentación exigida por la Municipalidad y el pago de tasas y contribuciones que se darán a otras instituciones como las empresas de agua y alcantarillado. El obtener éstos permisos permitirá la normal construcción de la obra, evitando multas, demandas y reclamaciones por el quebrantamiento de las leyes municipales. Es de responsabilidad del constructor la obtención del permiso de construcción y de otros complementarios exigidos para la

ejecución de trabajos previos, como derrocamientos, cerramientos provisionales, movimiento de tierras u otros varios trabajos.

Registro Único de contribuyentes:

Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y proporcionar información a la administración tributaria.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que realicen actividades económicas permanentes, ocasionales o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo a inscribirse es TREINTA DIAS contados a partir de la constitución o inicio de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una microempresa son: cédula de identidad y formulario.

Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula de identidad del representante legal y formulario.

La actualización de los datos de inscripción se realiza cuando:

- ✓ Cambia la actividad económica.
- ✓ Cambio de domicilio.
- ✓ Finaliza la actividad.
- ✓ Aumento o disminución del capital.

Patente Municipal:

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

La inscripción se debe realizar en la jefatura de Rentas del Municipio, debe cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual para el ejercicio de la actividad.

Para inscribir una microempresa se requiere:

- ✓ Copia de la cédula de identidad.
- ✓ Informe sobre la dirección de la microempresa.

El plazo es de 30 días, contados a partir del inicio del negocio.

El costo está determinado por la naturaleza, volumen, y ubicación del negocio.

La exoneración del pago de la patente tienen exclusivamente los artesanos calificados.

Uso del suelo

El Uso de Suelo es un documento en el que se detalla el tipo de negocio que se desea crear y su ubicación, para su posterior inspección, la misma que determinará si el negocio es factible o no ubicarse en el sector mencionado.

Este documento (Uso de suelo) lo facilita el Departamento de Planificación del Gobierno Municipal de Santa Elena. Una vez que el negocio haya sido aceptado la entidad antes mencionada procederá hacer la respectivas entrega de los documentos donde reflejará la aprobación del negocio a la persona solicitante para continuar con los tramite correspondientes.

Permiso Cuerpo de Bomberos

Para obtener el Permiso de Funcionamiento que otorga el Cuerpo de Bomberos de Santa Elena deben acercarse con la aprobación del documento de Uso de Suelo.

El Cuerpo de Bomberos tomará en cuenta para la emisión del Permiso de Funcionamiento los siguientes indicadores:

- ❖ R.U.C
- ❖ Factura de Número de Extintor
- ❖ Inspección
- ❖ Pago de la Tasa

El R.U.C es el principal documento que sirve para la identificación y obligaciones tributarias de una entidad.

La compra del Extintor es indispensable en las empresas y este se lo determina de acuerdo a las dimensiones del local y se lo recarga anualmente.

En la Inspección, evalúan la ubicación del negocio y el interior del mismo, el cual debe tener por obligación una puerta principal de acceso y una puerta de emergencia en caso de algún suceso.

El pago de la tasa es anualmente y se lo determina de acuerdo a la actividad comercial del negocio, que va desde los \$12 - \$58, ej.: si es una Tienda el valor de la tasa a pagar es de \$12 y si es un Comisariato el valor de la tasa a pagar sería de \$58.

En caso de renovación del Permiso de Funcionamiento deben entregarse la Factura de la Recarga de Extintor, el valor de tasa a pagar se lo determina en este caso de acuerdo a la magnitud de ingreso del negocio.

En caso de que el usuario quiera crear otro negocio, se le pedirá un R.U.C nuevo y se someterá a la evaluación de los indicadores anteriormente mencionados.

Los valores mencionados son recaudados en las oficinas de secretaría del Cuerpo de Bomberos del mismo Cantón.

4.11.4. Acta de constitución

En la ciudad de Santa Elena, Comuna Libertador Bolívar, en el domicilio ubicado en el mismo sector se reunieron los diferentes socios que son:

- Luis Pozo Magallan
- Ignacio Ángel Orrála
- Fabián Tomalá Flores
- Cristian Cacao Tomalá

- Luis Catuto Tomalá
- Aurelio Floreano
- Ernesto Del Pezo
- Jonathan Tomalá Flores
- Gregorio Reyes De La Cruz
- Luis Javier Reyes
- Pedro Clemente Soriano
- Juan Del Pezo
- Vicente De La Cruz Ascencio
- Carlos Alfredo Reyes Ángel
- Adriano Suarez Orrála
- Rafael De La Cruz Barzola
- Oswaldo Martínez Muñoz
- Pedro Ángel Yagual
- Roberto Borbor Suarez
- Ignacio Floreano De La Cruz
- Freddy Muñoz Zamora
- Héctor De La Cruz Ángel

Con el objeto de asociarse y constituir una asociación civil.

Se desempeñó como Presidente Adriano Suarez Orrála y como Secretario Pedro Ángel Yagual, especialmente designados para desempeñar tales cargos en la presente sesión de constitución.

El Presidente declaró instalada la sesión, pasando a tratar los asuntos materia de agenda.

ORDEN DEL DÍA.

Todos los asistentes, luego de debatir ampliamente, acordaron por unanimidad:

PRIMERO: Constituir una Asociación civil denominada Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta Del Sol, con el objeto social de generar beneficios mutuos tanto para la comuna como para la asociación.

El domicilio, organización, régimen patrimonial y demás disposiciones que regularán la presente Asociación se establecen en el Estatuto aprobado en el punto Tercero de esta sesión.

SEGUNDO: El patrimonio de la Asociación será el que arroje su balance y podrá incrementarse por cualquier medio permitido por los Estatutos y la legislación nacional. Los ingresos que perciba la Asociación se destinarán exclusivamente a los fines de su creación en el país y no podrán distribuirse, directa ni indirectamente, entre los asociados.

TERCER: El primer Consejo Directivo estará integrado por las siguientes personas y tendrá una duración de 3 años:

El Presidente es Adriano Suarez Orrála, como Vicepresidente es Ignacio Floreano De La Cruz, El Secretario es Pedro Ángel Yagual, Rafael De La Cruz Barzola es Tesorero, Roberto Borbor Suarez es el Síndico, y demás socios son accionistas directos.

CUARTO: Se faculta expresamente a Sara Monsalve Villa para que actuando individualmente en nombre y representación de todos los asociados suscriba la minuta y escritura pública de constitución social y, en general, firme toda clase de documentos públicos y privados destinados a formalizar la constitución de esta Asociación.

No habiendo más asuntos que tratar se leyó, transcribió y aprobó la presente acta, suscribiéndola todos los asistentes en señal de conformidad.

El Presidente levantó la sesión siendo las 10:00 AM horas.

Presidente
Adriano Suarez Orrála

Vicepresidente
Ignacio Floreano De La Cruz

Secretario
Pedro Ángel Yagual

Tesorero
Rafael De La Cruz Barzola

Síndico
Roberto Borbor Suarez

4.11.5. Misión

Producir y comercializar las diferentes artesanías que la asociación elabora, con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y prospectos, para convertirnos en un verdadero ente económico de negocios en la comuna y en toda la provincia de Santa Elena, constituyéndonos en el abastecedor primordial de este tipo de productos en el mercado local e internacional.

4.11.6. Visión

Ser un “Centro Artesanal” líder en la provincia de Santa Elena en la producción y comercialización de todo tipo de artesanías que elaboran los asociados; a través de una organización nueva, ágil que a su vez nos permita diferenciar nuestros servicios, brindando al consumidor final productos ejecutados de alta calidad.

4.11.7. Objetivo general

El centro artesanal producirá y comercializará las diferentes artesanías que se elaboren por parte de los asociados, mediante las diferentes estrategias de ventas que se apliquen, buscando siempre la satisfacción del consumidor final y beneficio para los mismos.

4.11.7.1. Objetivos específicos

- ❖ Conseguir un posicionamiento a nivel nacional e internacional de la marca que pueda desarrollar el “Centro Artesanal” para las diferentes artesanías a comercializarse en dicho centro a partir del segundo año de funcionamiento.
- ❖ Conservar altos índices de rendimiento mediante las diferentes técnicas que los artesanos posean en el tema de comercialización para que el “Centro Artesanal” sea de mucho beneficio para los mismos.
- ❖ Ofrecer a nuestra clientela productos de muy buena calidad, a precios cómodos y así se incrementara la demanda de mercadería ya que de esto se obtendría mayores beneficios económicos para los socios.

4.11.8. FODA del centro artesanal

CUADRO N° 23 – FODA del centro artesanal

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gran habilidad manual y creatividad de los artesanos productores con alta capacidad artística. ✓ Diversidad de productos y líneas artesanales. ✓ Riqueza en herencia e identidad cultural (conservación de técnicas ancestrales, valores simbólicos y usos sociales). ✓ Participación de jóvenes en los talleres y MYPEs familiares con mejores competencias de gestión y capacidad para asimilar nuevos conocimientos en técnicas y diseños. ✓ Bajos costos de mano de obra. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bajo nivel organizativo y asociativo. ✓ Resistencia al cambio. ✓ Bajo nivel tecnológico. ✓ Escaso desarrollo de marcas de productos artesanales debido a la insuficiente información sobre el tema y a los altos costos de registro
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existencia de nichos en el mercado nacional e internacional, de productos naturales, ecológicos, culturales y hechos a mano. ✓ Convenios y alianzas con entidades y corporaciones internacionales (compromisos de compra, promoción de la artesanía peruana, etc.). ✓ Existencia, desarrollo y creación de corredores turísticos actuales y potenciales, y otras inversiones en turismo favorecerán al mercado turístico y local de artesanía. ✓ Creciente interés de jóvenes artesanos en asociarse. ✓ Mayor demanda de productos rústicos y hechos a mano. ✓ Creciente demanda de productos utilitarios. ✓ Materia prima disponible localmente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Baja priorización del sector artesanía en todos los niveles de gobierno, reflejada en los niveles insuficientes de recursos humanos y presupuestales asignados al sector. ✓ Alta competencia de productos sustitutos provenientes del sector industrial, respecto a productos de artesanía, sobretudo en el segmento de productos utilitarios. ✓ Limitado número de empresas de servicios de apoyo, debido a que el sector artesanía es poco atractivo para inversionistas. ✓ Pérdida de identidad, símbolos, usos y costumbres de la población, disminuyen la transmisión del conocimiento de generación en generación.

Fuente: FODA del centro artesanal

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.11.9. Valores institucionales

Los valores éticos que se emplearan en el nuevo centro artesanal serán presididos de manera fundamental por cada uno de los socios ya que esto es indispensable tanto para la atención se le brinde al turista nacional o de la localidad que acuda al “Centro Artesanal”, de los cuales podemos mencionar los más importantes e indispensables que se efectuarán:

- ✓ **Honestidad.-** Esto se dará con todos los socios del centro artesanal como también a los turistas que visiten el lugar.
- ✓ **Responsabilidad.-** Cada asociado desempeñara su trabajo con un alto grado de responsabilidad y compromiso con el turista y “Centro Artesanal”.
- ✓ **Puntualidad.-** Se deberá cumplir con los horarios que se establezcan internamente en el centro artesanal en conferencia con todos los asociados ya que de esta manera no se tendría que recurrir a penalizaciones.
- ✓ **Respeto.-** Esto es muy indispensable y se la realizara a todas las personas sean estos compañeros asociados, turistas, proveedores, etc.
- ✓ **Excelencia.-** Se realizaran todas las actividades con calidad para entregar a los diferentes turistas los mejores productos y servicios que el “Centro Artesanal” pueda ofrecer.
- ✓ **Trabajo en Equipo.-** Con esto se logrará que todos los asociados del “Centro Artesanal” se enfoquen a una misma dirección ya que se esta manera se lograra el beneficio y bienestar de todos.
- ✓ **Proactividad.-** todos los miembros de la asociación estarán dispuestos a afrontar los diferentes percances y situaciones conflictivas que se presenten en el centro artesanal de la mejor manera posible.

4.11.10. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA

4.11.10.1. PRINCIPALES

Las principales actividades que la asociación de artesanos realiza son cinco de las cuales se las detalla a continuación:

Bisuterías.- Se denomina bisutería a la industria que produce objetos o materiales de adorno que imitan a la joyería pero que están hechos de materiales no preciosos. La bisutería suele usar materiales muy diversos, desde la porcelana hasta los alambres de metal, pasando por la pasta de papel o las perlas cultivadas. Los objetos confeccionados con metales o sus combinaciones suelen llevar un recubrimiento de material noble, como el oro, la plata, o el rodio.

Dependiendo de la calidad del recubrimiento un adorno de bisutería fina, de este tipo, puede llegar a ser prácticamente indistinguible de una joya, lógicamente, para una persona no experta. Los metales preciosos suelen ser muy densos y por tanto las pequeñas piezas que se elaboran con ellos son, para su tamaño, bastante pesadas. Adaptable a los caprichos de la moda y al día a día, su condición transformable le permitió abrirse a nuevas formas, colores y materiales como la resina, el cristal, la madera, el cuero, el acero o las piedras semipreciosas. Materias que han dado a la joyería de fantasía una entidad propia

Hoy en día, también se engloban dentro de la bisutería, aquellas piezas que están elaboradas con piedras con cierto parecido a las joyas, pero que no llegan a ser piedras preciosas, introducidas con metales nobles.

Hamacas.- En esta comuna no existe un solo local comercial que no se venda este placentero tejido con más de 1000 años de historia. Los diseños y colores son infinitos, en todo tipo de calidad y material: hamacas de algodón, hamacas de cabuya, hamacas de lona y hamacas de mocora.

Vale la pena destacar que las hamacas de algodón son las más populares por la calidad de su material, tejido, suavidad, diseños y filos con nudos.

Trenzas.- En los últimos tiempos los peinados de trenzas modernos y actuales, si están bien elaborados pueden ser considerados perfectamente como peinados de trenzas elegantes y apropiados para cualquier gala. Y también podemos utilizar ese peinado para algo mucho más informal y que de seguro lucirá muy original y bonito.

Lámparas.- El diseño de lámparas artesanales, tanto de colgar como de mesa, te permitirá agregar tu toque personal a estos objetos en la decoración de tus ambientes favoritos.

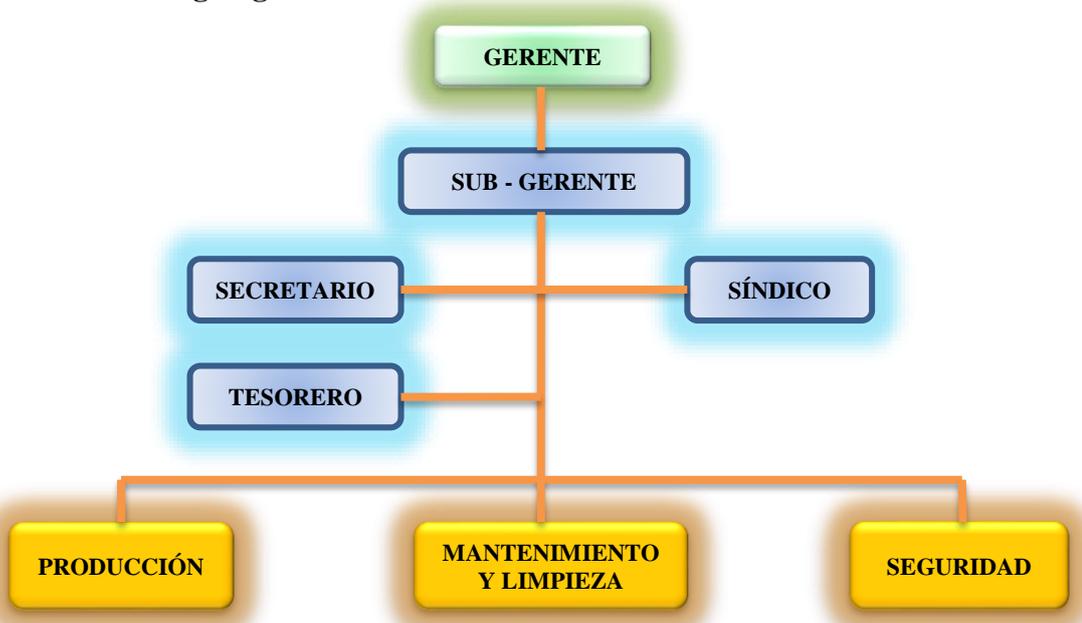
Además, la fabricación de pantallas para lámparas de madera e hilos, sólo demanda elementos muy económicos, con resultados muy decorativos

Artesanías en tagua.- Luego de que la tagua ha pasado por diversos procesos de rutina, como saneamiento, secado, trocado y pulimento, se logra obtener el marfil, que, por lo regular, es de color blanco hueso. Las anímelas de tagua (formas circulares para producir botones) tienen diversos tamaños: las pequeñas pesan 1,6 onzas, aproximadamente; las medianas oscilan alrededor de 2,0 onzas y, finalmente, las grandes pesan unas 2,4 onzas.

Las artesanías, de muy variadas formas y tamaños, son muy cotizadas en el mercado nacional e internacional.

4.11.11. Estructura orgánica administrativa

4.11.11.1. Organigrama estructural



4.11.11.2. Responsabilidades de los departamentos

GERENTE GENERAL:

Es el representante legal de la empresa autónomo en la toma de decisiones y quien opera libremente ejecutando todos los actos correspondientes con su cargo.

Funciones del gerente

- Ser gesto y promotor de nuevos proyectos aprovechando las entidades de los diferentes gobiernos autónomos.
- Proponer nuevos y diferentes diseños de artesanías que sean del agrado y deleite de los consumidores finales
- Proveer la consecución oportuna de los recursos y de esta forma presentar los resultados en los periodos plenamente establecidos ante los asociados.
- Realizar análisis de todos los estados financieros, para tener un control pleno de las finanzas del “Centro Artesanal”.
- Gestionar oportunidades económicas que permitan ser utilizadas en el nuevo “Centro Artesanal”.
- Supervisar el trabajo de todas las personas que hacen parte del funcionamiento del “Centro Artesanal”.

SUB-GERENTE:

Asesorar al gerente general y a las demás dependencias del nivel directivo del “Centro Artesanal”, en asuntos jurídicos y administrativos que interesen a la misma y absolver las consultas que se le formulen en las mismas.

Funciones del sub-gerente

- Reemplazar al gerente en las actividades desarrolladas por el mismo cuando esté ausente.
- Brindar al trabajador los instrumentos adecuados y materias primas necesarias para la realización de sus funciones.
- Ofrecer incentivos para el buen desempeño de las labores de cada uno de los empleados

- Entablar excelentes relaciones con otras entidades a fines de gestionar nuevos proyectos.
- Asesorar a la Gerencia en la formulación de políticas, normas y procedimientos para la administración de los recursos humanos, físicos, económicos y financieros de la entidad.
- Dirigir, programar y coordinar las actividades de administración de personal, seguridad y relaciones laborales del personal, de acuerdo con las políticas de la entidad y las normas legales vigentes establecidas sobre la materia.

SÍNDICO:

Ser representante legal en cualquier asunto jurídico en el que participe.

Funciones del síndico:

- Presentar al cabildo iniciativas de reglamentos y normas municipales, así como propuestas de actualización o modificación de los reglamentos y normas que estén vigentes.
- Procurar, defender y promover los derechos e intereses municipales, con el apoyo de la dependencia correspondiente del centro artesanal representándolo jurídicamente en las controversias administrativas y jurisdiccionales en que éste sea parte.
- Llevar a cabo las gestiones necesarias con el fin de que los actos traslativos de dominio en que el centro artesanal sea parte, así como que las declaratorias de incorporación y desincorporación de bienes muebles e inmuebles.
- Administrar, analizar y mantener actualizado el registro de las enajenaciones que realice el centro artesanal

TESORERO:

Minimizar los costes relacionados con la financiación. En estos hay que incluir, además de los incurridos por cuestiones de disponibilidad, todos los ocasionados

con la realización de transacciones, por el control de débitos y por la ejecución de todas las operaciones necesarias para la actividad, incluso la elaboración de informes.

Funciones del tesorero:

- Recaudar todos los recursos que reciba el Fondo de Empleados de asociados y de terceros.
- Desembolsar los pagos por todo concepto que efectúe el centro artesanal.
- Registrar su firma en las instituciones bancarias con los cuales tenga cuenta corriente y firmar los cheques conjuntamente con el representante legal.
- Llevar el registro individual de aportes, ahorros y cartera de créditos de asociados.
- Custodiar el efectivo y los títulos valores propiedad del centro artesanal y los avales de los créditos.
- Diligenciar diariamente el libro auxiliar de caja.
- Preparar diariamente el estado de flujo de efectivo e informar al Gerente sobre los excesos de liquidez para la toma de decisiones en materia de colocación.

SECRETARIO:

Es la persona encargada de atender al cliente interno y el cliente externo; y de igual forma a las necesidades que requiera el gerente general.

Funciones del secretario:

- Es el responsable de las actividades que conlleven a una buena gestión y control de las diligencias que se requieran en el centro artesanal.
- Elaborar informes, llevar los documentos libros organizados y ordenados que el gerente general requiera.
- Atender las diferentes llamadas telefónicas que se susciten en el centro artesanal por pedidos al por mayor.

- Es el responsable de las varias facturaciones que se realicen a diario por artesanías.
- Confirmar los datos suministrados por el cliente, y entre los principales las referencias comerciales que puedan existir.
- Demás funciones asignadas por el jefe inmediato.

MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

El personal de mantenimiento tiene a su cargo el mantenimiento y aseo de todos los bienes y áreas comunes de las torres y del Conjunto residencial en general.

Queda totalmente prohibido el exigir al personal de mantenimiento la realización de trabajos que no estén contemplados dentro del contrato entre ambas partes, ni suministrar quejas o reclamos a los mismos.

Funciones de mantenimiento y limpieza

- Realizar la limpieza de las oficinas, pasillos, barandas, bajantes de basura, cuartos de basura, y estacionamientos.
- Encender y apagar las luces internas y externas del edificio durante las horas de la noche y apagarlas en la mañana para comodidad.
- Establecer estricta vigilancia sobre todas las dependencias del centro artesanal a fin de que en ellas se observe el mayor orden, respeto y seriedad, dando cumplimiento a las normas establecidas.
- Cuidar los jardines, regándolos y limpiándolos periódicamente, independientemente del contrato de mantenimiento que existiere.
- Mantener en buen estado de aseo y limpieza, las paredes, ventanas y puertas.

SEGURIDAD

Garantizar la seguridad y el resguardo respectivo para el nuevo centro artesanal.

Funciones del guardia de seguridad

- Ejercer la vigilancia y protección del centro artesanal, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.

- Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior del centro artesanal, sin que en ningún caso puedan retener la documentación personal.
- Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.
- Poner inmediatamente a disposición de los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad a los delincuentes en relación con el objeto de su protección, así como los instrumentos, efectos y pruebas de los delitos.
- Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCION

Diseñar, planear y ejecutar la elaboración de las diferentes artesanías que se realicen, haciendo buen uso de los equipos y recursos asignados para tal propósito.

Funciones del departamento de producción:

- Crear nuevos diseños para las artesanías a producir en el centro artesanal.
- Dar sugerencias sobre factores que puedan mejorar el proceso productivo.
- Informar al jefe inmediato las anomalías que detecte durante el proceso de producción que se esté realizando.
- Mantenerse actualizado en las tendencias de la moda artesanal para crear nuevos diseños exclusivos.
- Hacer buen uso de los materiales y de las diferentes herramientas dadas para su trabajo.

4.12. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

4.12.1. Inversión inicial

4.12.1.1. Activos fijos

La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad.

CUADRO N° 24 – Activos fijos

BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
MAQUINAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL AÑOS
MAQUINARIAS				
SIERRA DE MESA	13	\$ 550,00	\$ 7.150,00	10
ESMERIL DE MESA	15	\$ 380,00	\$ 5.700,00	10
CALADORA DE MESA	15	\$ 480,00	\$ 7.200,00	10
LIJADORA	15	\$ 530,00	\$ 7.950,00	10
TALADRO DE MESA	15	\$ 490,00	\$ 7.350,00	10
DREMERS	9	\$ 275,00	\$ 2.475,00	10
PULIDORA	15	\$ 650,00	\$ 9.750,00	10
TOTAL MAQUINARIAS			\$ 47.575,00	
EQUIPOS DE OFICINA				
CAMARAS DE SEGURIDAD	8	\$ 50,00	\$ 400,00	5
DISPENSADOR DE AGUA	5	\$ 40,00	\$ 200,00	5
TELEFONO INALAMBRICO CONVENCIONAL	2	\$ 15,00	\$ 30,00	5
RECIPIENTES DE BASURA	35	\$ 8,00	\$ 280,00	5
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 910,00	
MUEBLES Y ENSERES				
SILLAS	70	\$ 80,00	\$ 5.600,00	10
MESAS	40	\$ 90,00	\$ 3.600,00	10
VITRINAS	60	\$ 120,00	\$ 7.200,00	10
ECRITORIO TIPO GERENTE	1	\$ 210,00	\$ 210,00	10
SILLON GERENCIAL	1	\$ 100,00	\$ 100,00	10
ARCHIVADORES	10	\$ 190,00	\$ 1.900,00	10
JUEGO DE MUEBLES	4	\$ 200,00	\$ 800,00	10
MESA DE JUNTAS	3	\$ 150,00	\$ 450,00	10
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 19.860,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION				
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00	3
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	2	\$ 350,00	\$ 700,00	3
UPS	2	\$ 50,00	\$ 100,00	3
LAPTOP	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	3
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			\$ 4.000,00	
VEHICULO				
CAMIONETA MAZDA DOBLE CABINA 4X4	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	5
INFRAESTRUCTURA				
INFRAESTRUCTURA	1	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	25
TOTAL			\$ 222.345,00	

Fuente: Activos fijos

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.1.2. Inversión en obras físicas.

La inversión en obra física corresponde a todas las áreas que se puede construir y de las cuales va a necesitar el nuevo centro artesanal y de igual manera podremos constatar que el total de la inversión será de \$73.500 de las cuales a continuación se presenta de acuerdo a sus áreas específicas.

CUADRO N° 25 – Inversión en obras físicas

BALANCE DE OBRAS FISICAS				
ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
AREA ADMINISTRATIVA	m2	150	\$ 50,00	\$ 7.500,00
AREA DE PRODUCCION	m2	350	\$ 50,00	\$ 17.500,00
CARRAMIENTO	m2	200	\$ 80,00	\$ 16.000,00
BAÑOS	m2	100	\$ 70,00	\$ 7.000,00
AREA DE PARQUEO	m2	150	\$ 70,00	\$ 10.500,00
ACABADOS E INSTALACIONES VARIAS	m3	100	\$ 150,00	\$ 15.000,00
TOTAL INVERSION				\$ 73.500,00

Fuente: Inversión en obras físicas

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.1.3. Capital de trabajo

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades a tiempo. Para determinar el capital de trabajo se tomó como referencia principal los gastos en que va a incurrir el centro artesanal de los cuales dándonos como resultado final \$51803,50.

CUADRO N° 26 – Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
GASTOS DE SERVICIOS	\$ 1.440,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 550,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 42.960,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.324,00
GASTOS DE SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 106,50
GASTOS DE SUMINISTRO DE LIMPIEZA	\$ 423,00
TOTAL	\$ 51.803,50

Fuente: Capital de trabajo

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.1.4. Resumen de inversión inicial

Para el resumen de la inversión se toma como referencia todos los activos fijos es decir la adquisición de materiales y maquinarias que serán utilizadas en los diversos procesos que se tenga, así también lo que es capital de trabajo y las inversiones de obras físicas con sus respectivos valores.

CUADRO N° 27 – Resumen de inversión inicial

INVERSION TOTAL	
INVERSION ACTIVOS FIJOS	\$ 222.345,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 51.803,50
INVERSIONES OBRAS FISICAS	\$ 73.500,00
TOTAL INVERSION	\$ 347.648,50

Fuente: Resumen Inversión Inicial

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.2. Financiamiento

4.12.2.1. Amortización de la deuda

La deuda total a financiarse es de \$274148,50 monto que se podrá proporcionar por medio de las diferentes entidades económicas del país, con una tasa de interés del 12% y a 10 años.

CUADRO N° 28 – Amortización de la deuda

TABLA DE AMORTIZACION				
N° DE PAGOS	DIVIDENDOS	INTERESES	AMORTIZACION	SALDO
0				\$ 274.148,50
1	\$ 60.312,67	\$ 32.897,82	\$ 27.414,85	\$ 246.733,65
2	\$ 57.022,89	\$ 29.608,04	\$ 27.414,85	\$ 219.318,80
3	\$ 53.733,11	\$ 26.318,26	\$ 27.414,85	\$ 191.903,95
4	\$ 50.443,32	\$ 23.028,47	\$ 27.414,85	\$ 164.489,10
5	\$ 47.153,54	\$ 19.738,69	\$ 27.414,85	\$ 137.074,25
6	\$ 43.863,76	\$ 16.448,91	\$ 27.414,85	\$ 109.659,40
7	\$ 40.573,98	\$ 13.159,13	\$ 27.414,85	\$ 82.244,55
8	\$ 37.284,20	\$ 9.869,35	\$ 27.414,85	\$ 54.829,70
9	\$ 33.994,41	\$ 6.579,56	\$ 27.414,85	\$ 27.414,85
10	\$ 30.704,63	\$ 3.289,78	\$ 27.414,85	\$ (0,00)
TOTALES	455086,51	\$ 180.938,01	\$ 274.148,50	

Fuente: Amortización de la deuda

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.3. Proyección de ventas

Las proyecciones de ventas para el centro artesanal se han dividido en los cuatro productos como son; bisuterías, hamacas, artículos de tagua y lámparas artesanales donde se ha considera la demanda anual de artesanías y con un mercado meta del 20% estandarizando para cada producto.

De acuerdo a lo antes mencionado con las proyecciones para cada producto de los que se elaboran dentro de la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar, tenemos como primer artículo las proyecciones de las ventas para bisuterías.

CUADRO N° 29 – Proyección de venta bisuterías

PROYECCION DE VENTAS BISUTERIAS					
AÑOS	DEMANDA ANUAL DE ARTESANIAS	MERCADO META	TOTAL MERCADO	PRECIO	VENTAS
2014	132000	20%	26400	\$ 3,00	\$ 79.200,00
2015	135115		27023	\$ 3,08	\$ 83.306,63
2016	138304		27661	\$ 3,17	\$ 87.626,19
2017	141568		28314	\$ 3,26	\$ 92.169,73
2018	144909		28982	\$ 3,35	\$ 96.948,85
2019	148329		29666	\$ 3,44	\$ 101.975,78
2020	151829		30366	\$ 3,53	\$ 107.263,37
2021	155412		31082	\$ 3,63	\$ 112.825,12
2022	159080		31816	\$ 3,73	\$ 118.675,25
2023	162835		32567	\$ 3,83	\$ 124.828,73
2024	166677		33335	\$ 3,94	\$ 131.301,26
TOTAL					\$ 1.136.120,90

Fuente: Proyección de ventas bisuterías

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Las proyecciones para el producto hamacas se menciona a continuación con su respectiva demanda anual, mercado meta, el precio y las ventas.

CUADRO N° 30 – Proyección de venta hamacas

PROYECCION DE VENTAS HAMACAS					
AÑOS	DEMANDA ANUAL DE ARTESANIAS	MERCADO META	TOTAL MERCADO	PRECIO	VENTAS
2014	132000	20%	26400	\$ 7,00	\$ 184.800,00
2015	135115		27023	\$ 7,19	\$ 194.382,13
2016	138304		27661	\$ 7,39	\$ 204.461,11
2017	141568		28314	\$ 7,60	\$ 215.062,70
2018	144909		28982	\$ 7,81	\$ 226.213,99
2019	148329		29666	\$ 8,02	\$ 237.943,49
2020	151829		30366	\$ 8,24	\$ 250.281,19
2021	155412		31082	\$ 8,47	\$ 263.258,61
2022	159080		31816	\$ 8,70	\$ 276.908,92
2023	162835		32567	\$ 8,94	\$ 291.267,03
2024	166677		33335	\$ 9,19	\$ 306.369,62
TOTAL					\$ 2.650.948,78

Fuente: Proyección de venta hamacas

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Las proyecciones para los diferentes artículos que se realizan con la materia prima como es la tagua, se menciona a continuación con su respectiva demanda anual, mercado meta, el precio y las ventas.

CUADRO N° 31 – Proyección de ventas artículos de tagua

PROYECCION DE VENTAS ARTESANIAS EN TAGUA					
AÑOS	DEMANDA ANUAL DE ARTESANIAS	MERCADO META	TOTAL MERCADO	PRECIO	VENTAS
2014	132000	20%	26400	\$ 5,00	\$ 132.000,00
2015	135115		27023	\$ 5,14	\$ 138.844,38
2016	138304		27661	\$ 5,28	\$ 146.043,65
2017	141568		28314	\$ 5,43	\$ 153.616,21
2018	144909		28982	\$ 5,58	\$ 161.581,42
2019	148329		29666	\$ 5,73	\$ 169.959,64
2020	151829		30366	\$ 5,89	\$ 178.772,28
2021	155412		31082	\$ 6,05	\$ 188.041,86
2022	159080		31816	\$ 6,22	\$ 197.792,09
2023	162835		32567	\$ 6,39	\$ 208.047,88
2024	166677		33335	\$ 6,56	\$ 218.835,44
TOTAL					\$ 1.893.534,84

Fuente: Proyección de ventas artículos de tagua

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

Las proyecciones para las lámparas artesanales se mencionan a continuación con su respectiva demanda anual, mercado meta, el precio y las ventas.

CUADRO N° 32 – Proyección de ventas lámparas artesanales

PROYECCION DE VENTAS LAMPARAS ARTESANALES					
AÑOS	DEMANDA ANUAL DE ARTESANIAS	MERCADO META	TOTAL MERCADO	PRECIO	VENTAS
2014	132000	20%	26400	\$ 8,00	\$ 211.200,00
2015	135115		27023	\$ 8,22	\$ 222.151,01
2016	138304		27661	\$ 8,45	\$ 233.669,84
2017	141568		28314	\$ 8,68	\$ 245.785,94
2018	144909		28982	\$ 8,92	\$ 258.530,27
2019	148329		29666	\$ 9,17	\$ 271.935,42
2020	151829		30366	\$ 9,42	\$ 286.035,64
2021	155412		31082	\$ 9,68	\$ 300.866,98
2022	159080		31816	\$ 9,95	\$ 316.467,34
2023	162835		32567	\$ 10,22	\$ 332.876,60
2024	166677		33335	\$ 10,50	\$ 350.136,71
TOTAL					\$ 3.029.655,74

Fuente: Proyección de ventas lámparas artesanales

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.4. Costos operativos

4.12.4.1. Costos operativos proyectados.

Los costos operativos de la empresa están divididos en costos fijos, costos variables y costos indirectos de los cuatro productos como son bisutería, hamacas, artículos en tagua y lámparas artesanales a ofrecer, además se incluye la depreciación de las maquinarias que se utilizan en la producción de los productos.

De los cuales que para el año 2014 tenemos \$402196,01 mientras que para el año 2024 obtendremos 631442,49.

CUADRO N° 33 – Costos operativos proyectados

COSTOS DE PRODUCCION											
COSTOS FIJOS BISUTERIAS		\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78
COSTOS FIJOS HAMACAS		\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78
COSTOS FIJOS ART. TAGUA		\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78
COSTOS FIJOS LAMPARAS		\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78
COSTOS VARIABLES BISUTERIAS		\$ 16.213,82	\$ 17.054,53	\$ 17.938,83	\$ 18.868,99	\$ 19.847,37	\$ 20.876,48	\$ 21.958,96	\$ 23.097,56	\$ 24.295,20	\$ 25.554,94
COSTOS VARIABLES HAMACAS		\$ 155.382,48	\$ 163.439,27	\$ 171.913,82	\$ 180.827,79	\$ 190.203,95	\$ 200.066,29	\$ 210.440,00	\$ 221.351,60	\$ 232.828,98	\$ 244.901,48
COSTOS VARIABLES ART. TAGUA		\$ 30.400,92	\$ 31.977,25	\$ 33.635,31	\$ 35.379,35	\$ 37.213,82	\$ 39.143,40	\$ 41.173,04	\$ 43.307,92	\$ 45.553,50	\$ 47.915,51
COSTOS VARIABLES LAMPARAS		\$ 114.847,92	\$ 120.802,94	\$ 127.066,74	\$ 133.655,32	\$ 140.585,53	\$ 147.875,08	\$ 155.542,61	\$ 163.607,70	\$ 172.090,98	\$ 181.014,14
CIF BISUTERIA		\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89
CIF HAMACAS		\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89
CIF ART. TAGUA		\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89
CIF LAMPARAS		\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89
DEPRECIACION MAQUINARIAS		\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION		\$ 402.196,01	\$ 422.828,41	\$ 444.530,62	\$ 467.358,13	\$ 491.369,27	\$ 516.625,42	\$ 543.191,13	\$ 571.134,32	\$ 600.526,39	\$ 631.442,49

Fuente: Costos operativos proyectados

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.5. Depreciación

Contablemente se considera a la depreciación como un costo o gasto en que incurre una empresa por el uso de sus activos fijos como edificios, vehículos, maquinaria, entre otros, y se utiliza como procedimiento para reducir el valor de dichas inversiones haciendo cargos que afectan al estado de resultados a través del tiempo.

CUADRO N° 34 – Depreciación

ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPREC. ANUAL	AÑO DEPREC.	DEPREC. ACUMUL.	VALOR EN LIBRO
MAQUINARIAS						
SIERRA DE MESA	\$ 7.150,00	10	\$ 715,00	5	\$ 3.575,00	\$ 3.575,00
ESMERIL DE MESA	\$ 5.700,00	10	\$ 570,00	5	\$ 2.850,00	\$ 2.850,00
CALADORA DE MESA	\$ 7.200,00	10	\$ 720,00	5	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
LIJADORA	\$ 7.950,00	10	\$ 795,00	5	\$ 3.975,00	\$ 3.975,00
TALADRO DE MESA	\$ 7.350,00	10	\$ 735,00	5	\$ 3.675,00	\$ 3.675,00
DREMERS	\$ 2.475,00	10	\$ 247,50	5	\$ 1.237,50	\$ 1.237,50
PULIDORA	\$ 9.750,00	10	\$ 975,00	5	\$ 4.875,00	\$ 4.875,00
EQUIPOS DE OFICINA						
CAMARAS DE SEGURIDAD	\$ 400,00	5	\$ 80,00	2	\$ 160,00	\$ 240,00
DISPENSADOR DE AGUA	\$ 200,00	5	\$ 40,00	2	\$ 80,00	\$ 120,00
TELEFONO INALAMBICO CONVENCIONAL	\$ 30,00	5	\$ 6,00	2	\$ 12,00	\$ 18,00
RECIPIENTES DE BASURA	\$ 280,00	5	\$ 56,00	2	\$ 112,00	\$ 168,00
MUEBLES Y ENSERES						
SILLAS	\$ 5.600,00	10	\$ 560,00	5	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
MESAS	\$ 3.600,00	10	\$ 360,00	5	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
VITRINAS	\$ 7.200,00	10	\$ 720,00	5	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
ECRITORIO TIPO GERENTE	\$ 210,00	10	\$ 21,00	5	\$ 105,00	\$ 105,00
SILLON GERENCIAL	\$ 100,00	10	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ 50,00
ARCHIVADORES	\$ 1.900,00	10	\$ 190,00	5	\$ 950,00	\$ 950,00
JUEGO DE MUEBLES	\$ 800,00	10	\$ 80,00	5	\$ 400,00	\$ 400,00
MESA DE JUNTAS	\$ 450,00	10	\$ 45,00	5	\$ 225,00	\$ 225,00
EQUIPOS DE COMPUTACION						
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	\$ 1.700,00	3	\$ 566,67	2	\$ 1.133,33	\$ 566,67
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	\$ 700,00	3	\$ 233,33	2	\$ 466,67	\$ 233,33
UPS	\$ 100,00	3	\$ 33,33	2	\$ 66,67	\$ 33,33
LAPTOP	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00	2	\$ 1.000,00	\$ 500,00
VEHICULO						
CAMIONETA MAZDA DOBLE CABINA 4X4	\$ 25.000,00	5	\$ 5.000,00	3	\$ 15.000,00	\$ 10.000,00
INFRAESTRUCTURA						
INFRAESTRUCTURA	\$ 125.000,00	25	\$ 5.000,00	20	\$ 100.000,00	\$ 25.000,00
DEPRECIACION ANUAL			\$ 18.258,83	VALOR DE SALVAMENTO		\$ 70.596,83

Fuente: Depreciación

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.6. Estado de resultados proyectado (PyG)

El estado de resultados fue proyectado a los 10 años de vida del proyecto, se detallaron los ingresos por ventas de los 4 productos artesanales, se puede apreciar que la empresa cumple con todos los requerimientos legales como son el pago de la deuda, la participación a trabajadores y el impuesto a la renta, además de los gastos que permanecen casi constantes, ya que sólo son afectados por el incremento de la inflación anual.

CUADRO N° 35 – Estado de resultados proyectado (PyG)

ESTADO DE RESULTADOS											
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS BRUTOS BISUTERIA	\$ 81.069,12	\$ 87.131,47	\$ 93.647,16	\$ 100.650,09	\$ 108.176,71	\$ 116.266,16	\$ 124.960,55	\$ 134.305,10	\$ 144.348,43	\$ 155.142,81	
INGRESOS BRUTOS HAMACAS	\$ 189.161,28	\$ 203.306,76	\$ 218.510,04	\$ 234.850,22	\$ 252.412,32	\$ 271.287,71	\$ 291.574,61	\$ 313.378,56	\$ 336.813,01	\$ 361.999,88	
INGRESOS BRUTOS ART. TAGUA	\$ 135.115,20	\$ 145.219,11	\$ 156.078,60	\$ 167.750,16	\$ 180.294,51	\$ 193.776,94	\$ 208.267,58	\$ 223.841,83	\$ 240.580,72	\$ 258.571,35	
INGRESOS BRUTOS LAMPARAS	\$ 216.184,32	\$ 232.350,58	\$ 249.725,76	\$ 268.400,25	\$ 288.471,22	\$ 310.043,10	\$ 333.228,12	\$ 358.146,92	\$ 384.929,15	\$ 413.714,15	
TOTAL INGRESOS BRUTOS	\$ 621.529,92	\$ 668.007,93	\$ 717.961,56	\$ 771.650,73	\$ 829.354,77	\$ 891.373,92	\$ 958.030,86	\$ 1.029.672,41	\$ 1.106.671,31	\$ 1.189.428,19	
IVA	\$ 66.592,49	\$ 71.572,28	\$ 76.924,45	\$ 82.676,86	\$ 88.859,44	\$ 95.504,35	\$ 102.646,16	\$ 110.322,04	\$ 118.571,93	\$ 127.438,73	
INGRESOS NETOS	\$ 554.937,43	\$ 596.435,65	\$ 641.037,11	\$ 688.973,86	\$ 740.495,33	\$ 795.869,57	\$ 855.384,69	\$ 919.350,36	\$ 988.099,38	\$ 1.061.989,45	
COSTOS DE PRODUCCION											
COSTOS FIJOS BISUTERIAS	\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78	
COSTOS FIJOS HAMACAS	\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78	
COSTOS FIJOS ART. TAGUA	\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78	
COSTOS FIJOS LAMPARAS	\$ 13.511,52	\$ 14.212,11	\$ 14.949,03	\$ 15.724,16	\$ 16.539,47	\$ 17.397,07	\$ 18.299,13	\$ 19.247,96	\$ 20.246,00	\$ 21.295,78	
COSTOS VARIABLES BISUTERIAS	\$ 16.213,82	\$ 17.054,53	\$ 17.938,83	\$ 18.868,99	\$ 19.847,37	\$ 20.876,48	\$ 21.958,96	\$ 23.097,56	\$ 24.295,20	\$ 25.554,94	
COSTOS VARIABLES HAMACAS	\$ 155.382,48	\$ 163.439,27	\$ 171.913,82	\$ 180.827,79	\$ 190.203,95	\$ 200.066,29	\$ 210.440,00	\$ 221.351,60	\$ 232.828,98	\$ 244.901,48	
COSTOS VARIABLES ART. TAGUA	\$ 30.400,92	\$ 31.977,25	\$ 33.635,31	\$ 35.379,35	\$ 37.213,82	\$ 39.143,40	\$ 41.173,04	\$ 43.307,92	\$ 45.553,50	\$ 47.915,51	
COSTOS VARIABLES LAMPARAS	\$ 114.847,92	\$ 120.802,94	\$ 127.066,74	\$ 133.655,32	\$ 140.585,53	\$ 147.875,08	\$ 155.542,61	\$ 163.607,70	\$ 172.090,98	\$ 181.014,14	
CIF BISUTERIA	\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89	
CIF HAMACAS	\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89	
CIF ART. TAGUA	\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89	
CIF LAMPARAS	\$ 6.755,76	\$ 7.106,06	\$ 7.474,51	\$ 7.862,08	\$ 8.269,74	\$ 8.698,53	\$ 9.149,57	\$ 9.623,98	\$ 10.123,00	\$ 10.647,89	
DEPRECIACION MAQUINARIAS	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	\$ 4.281,75	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ 402.196,01	\$ 422.828,41	\$ 444.530,62	\$ 467.358,13	\$ 491.369,27	\$ 516.625,42	\$ 543.191,13	\$ 571.134,32	\$ 600.526,39	\$ 631.442,49	
UTILIDAD BRUTA	\$ 152.741,41	\$ 173.607,24	\$ 196.506,48	\$ 221.615,74	\$ 249.126,06	\$ 279.244,15	\$ 312.193,56	\$ 348.216,05	\$ 387.572,99	\$ 430.546,97	
GASTOS OPERATIVOS											
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 42.960,00	\$ 45.108,00	\$ 47.363,40	\$ 49.731,57	\$ 52.218,15	\$ 54.829,06	\$ 57.570,51	\$ 60.449,03	\$ 63.471,49	\$ 66.645,06	
GASTOS DE SERVICIOS	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33	\$ 1.837,85	\$ 1.929,74	\$ 2.026,22	\$ 2.127,54	\$ 2.233,91	
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.324,00	\$ 6.640,20	\$ 6.972,21	\$ 7.320,82	\$ 7.686,86	\$ 8.071,20	\$ 8.474,76	\$ 8.898,50	\$ 9.343,43	\$ 9.810,60	
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 550,00										
GASTOS DE SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 106,50	\$ 111,83	\$ 117,42	\$ 123,29	\$ 129,45	\$ 135,92	\$ 142,72	\$ 149,86	\$ 157,35	\$ 165,22	
GASTOS DE SUMINISTRO DE LIMPIEZA	\$ 423,00	\$ 444,15	\$ 466,36	\$ 489,68	\$ 514,16	\$ 539,87	\$ 566,86	\$ 595,20	\$ 624,96	\$ 656,21	
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	\$ 1.588,80	
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	\$ 145,60	
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	\$ 888,93	
DEPRECIACION VEHICULO	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 58.426,83	\$ 60.439,51	\$ 63.130,32	\$ 66.844,60	\$ 69.811,22	\$ 73.071,76	\$ 76.342,46	\$ 80.000,00	\$ 83.776,69	\$ 87.382,63	\$ 91.168,87
UTILIDAD ANTES DE IMP. E INTE.	\$ 94.314,58	\$ 113.167,73	\$ 133.376,17	\$ 154.771,14	\$ 179.314,85	\$ 202.172,39	\$ 231.851,10	\$ 264.439,36	\$ 300.190,36	\$ 339.378,10	\$ 379.968,10
INTERESES	\$ 32.897,82	\$ 29.608,04	\$ 26.318,26	\$ 23.028,47	\$ 19.738,69	\$ 16.448,91	\$ 13.159,13	\$ 9.869,35	\$ 6.579,56	\$ 3.289,78	
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	\$ 61.416,76	\$ 83.559,69	\$ 107.057,91	\$ 131.742,66	\$ 159.576,15	\$ 185.723,48	\$ 218.691,98	\$ 254.570,01	\$ 293.610,80	\$ 336.088,32	\$ 376.689,32
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 9.212,51	\$ 12.533,95	\$ 16.058,69	\$ 19.761,40	\$ 23.536,42	\$ 27.358,52	\$ 31.228,80	\$ 35.149,50	\$ 39.118,50	\$ 43.132,25	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 52.204,25	\$ 71.025,74	\$ 90.999,22	\$ 111.981,26	\$ 135.639,73	\$ 157.864,96	\$ 185.888,18	\$ 216.384,51	\$ 249.569,18	\$ 285.675,07	\$ 323.557,07
IMPUESTOS	\$ 12.006,98	\$ 16.335,92	\$ 20.929,82	\$ 25.755,69	\$ 31.197,14	\$ 36.308,94	\$ 42.074,28	\$ 48.498,44	\$ 55.600,91	\$ 63.375,27	
UTILIDAD NETA	\$ 40.197,27	\$ 54.689,82	\$ 70.069,40	\$ 86.225,57	\$ 104.442,59	\$ 121.556,02	\$ 143.133,90	\$ 166.616,07	\$ 192.168,27	\$ 219.969,80	\$ 240.181,80

Fuente: Estado de resultados proyectado (PyG)

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.7. Flujo de caja proyectado

El estudio del flujo de caja para el centro artesanal es de \$ 46477,09 en el primer año, lo cual nos permite determinar que si hay liquidez en este periodo, las inversiones adicionales en planta y equipo, van acompañados invariablemente por inversiones adicionales en el efectivo, las cuentas por cobrar y los inventarios necesarios para respaldar estas nuevas actividades, en el segundo año tenemos \$69239,21 lo cual nos indica que tenemos un incremento.

CUADRO N° 36 – Flujo de caja proyectado

CASH FLOW											
VENTAS BRUTAS		\$ 621.529,92	\$ 668.007,93	\$ 717.961,56	\$ 771.650,73	\$ 829.354,77	\$ 891.373,92	\$ 958.030,86	\$ 1.029.672,41	\$ 1.106.671,31	\$ 1.189.428,19
COSTOS DE PRODUCCION		\$ 402.196,01	\$ 422.828,41	\$ 444.530,62	\$ 467.358,13	\$ 491.369,27	\$ 516.625,42	\$ 543.191,13	\$ 571.134,32	\$ 600.526,39	\$ 631.442,49
GASTOS OPERATIVOS		\$ 58.426,83	\$ 60.439,51	\$ 63.130,32	\$ 66.844,60	\$ 69.811,22	\$ 77.071,76	\$ 80.342,46	\$ 83.776,69	\$ 87.382,63	\$ 91.168,87
INTERES		\$ 32.897,82	\$ 29.608,04	\$ 26.318,26	\$ 23.028,47	\$ 19.738,69	\$ 16.448,91	\$ 13.159,13	\$ 9.869,35	\$ 6.579,56	\$ 3.289,78
PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ 9.212,51	\$ 12.533,95	\$ 16.058,69	\$ 19.761,40	\$ 23.936,42	\$ 27.858,52	\$ 32.803,80	\$ 38.185,50	\$ 44.041,62	\$ 50.413,25
IMPUESTO TOTAL		\$ 12.006,98	\$ 16.335,92	\$ 20.929,82	\$ 25.755,69	\$ 31.197,14	\$ 36.308,94	\$ 42.754,28	\$ 49.768,44	\$ 57.400,91	\$ 65.705,27
PAGO DE DIVIDENDOS		\$ 60.312,67	\$ 57.022,89	\$ 53.733,11	\$ 50.443,32	\$ 47.153,54	\$ 43.863,76	\$ 40.573,98	\$ 37.284,20	\$ 33.994,41	\$ 30.704,63
TOTAL CASH FLOW		\$ 46.477,09	\$ 69.239,21	\$ 93.260,75	\$ 118.459,11	\$ 146.148,49	\$ 173.196,60	\$ 205.206,08	\$ 239.653,92	\$ 276.745,78	\$ 316.703,91
CASH FREE											
INVERSION INFRAESTRUCTURA	\$ (125.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION MAQUINARIA	\$ (47.575,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION EQUIPO DE COMPUTO	\$ (4.000,00)	\$ -	\$ -	\$ (4.000,00)	\$ -	\$ -	\$ (4.000,00)	\$ -	\$ -	\$ (4.000,00)	\$ -
INVERSION EQUIPO DE OFICINA	\$ (910,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (910,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION MUEBLES Y ENSERES	\$ (19.860,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION VEHICULO	\$ (25.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (25.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ (51.803,50)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VALOR RESCATE INFRAESTRUCTURA											
VALOR RESCATE MAQUINARIA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.757,50
VALOR RESCATE EQUIPO DE COMPUTO		\$ -	\$ -	\$ 1.333,20	\$ -	\$ -	\$ 1.333,20	\$ -	\$ -	\$ 1.333,20	\$ -
VALOR RESCATE EQUIPO DE OFICINA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 182,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 182,00
VALOR RESCATE MUEBLES Y ENSERES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.972,00
VALOR RESCATE VEHICULO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRAB.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 51.803,50
TOTAL CASH FREE	\$ (274.148,50)	\$ -	\$ -	\$ (2.666,80)	\$ -	\$ (20.728,00)	\$ (2.666,80)	\$ -	\$ -	\$ (2.666,80)	\$ 65.715,00
FLUJO DE INVERSION	\$ (274.148,50)	\$ 46.477,09	\$ 69.239,21	\$ 90.593,95	\$ 118.459,11	\$ 125.420,49	\$ 170.529,80	\$ 205.206,08	\$ 239.653,92	\$ 274.078,98	\$ 382.418,91

Fuente: Flujo de caja proyectado

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.8. Evaluación financiera del flujo.

4.12.8.1. Tasa de descuento

La tasa de descuento se utiliza para determinar el valor en moneda de hoy, del dinero pagado o recibido en algún momento futuro. La tasa de descuento que se consideró para este proyecto es del **12%** ya que según datos del Banco Central del Ecuador este valor es utilizado para estos tipos de proyectos reembolsables.

4.12.8.2. Valor actual neto - VAN

El valor actual neto se lo utiliza como un método de evaluación de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor presente del flujo de fondos del negocio que en este caso sería la del centro artesanal, usando la tasa de descuento acorde al rendimiento mínimo esperado. Al actualizar mediante la tasa del 12% todos los flujos de caja futuros del proyecto del año 1 al año 10 y disminuyendo la inversión inicial dando como resultado \$629.214,29 que corresponde al Valor Actual Neto del proyecto.

4.12.8.3. Tasa interna de retorno - TIR

Es una de las herramientas mayormente utilizadas para evaluar proyectos de inversión. En general trata de medir la rentabilidad de un proyecto o activo. Representa la rentabilidad media intrínseca del proyecto. La Tasa Interna de Retorno es el promedio geométrico de los rendimientos esperados de una inversión y que implica un porcentaje el supuesto de una oportunidad para invertir. Para el proyecto de creación del centro artesanal la tasa interna de retorno TIR dio como resultado un 36% y en este caso es mayor que la tasa del costo de capital lo cual nos permite evaluar el proyecto como ACEPTADO.

4.12.8.4. Periodo de recuperación de la inversión del proyecto

Este elemento de evaluación financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo

pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son cambiantes.

El periodo de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Para la recuperación de la inversión del centro artesanal es en el cuarto año con un valor positivo de \$102.541,35 lo cual es justificado ya que la cantidad de dinero a invertir es muy considerable.

CUADRO N° 37 – Recuperación de la inversión

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN										
INVERSION TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 347.648,50	46477,09	69239,21	90593,95	118459,11	125420,49	170529,80	205206,08	239653,92	274078,98	382418,91
	\$ (301.171,41)	\$ (231.932,20)	\$ (141.338,25)	\$ (22.879,14)	\$ 102.541,35	\$ 273.071,16	\$ 478.277,24	\$ 717.931,16	\$ 992.010,14	\$ 1.374.429,04

Fuente: Recuperación de la inversión

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

4.12.9. Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se consideró los 4 productos a ofrecer, lo que demuestra que se realizó un punto de equilibrio para las bisuterías, hamacas, artículos en tagua y lámparas artesanales, donde se realizó las siguientes fórmulas:

Derivación de la fórmula:

Q = cantidad

Qe = cantidad de equilibrio

VT = ventas totales

VTe = ventas totales de equilibrio

CT = costes totales

Cu = coste unitario

Pu = precio unitario

Mu = margen unitario

CV = costes variables

CF = costes fijos

FORMULA:

$$VT - CT = 0$$

$$VT - CV - CF = 0$$

$$Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$$

$$CF = Pu * Q - Cu * Q$$

$$CF = Q * (Pu - Cu)$$

$$CF = Q * Mu$$

$$Qe = CF / Mu$$

$$VTe = Qe * Pu$$

$$ITe = Qe * (Pu$$

CUADRO N° 38 – Punto de equilibrio bisuterías

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA BISUTERIAS

		Datos para el gráfico					
		Q Ventas	\$ 0	\$ 12.595	\$ 25.189	\$ 37.784	\$ 50.379
Datos iniciales		\$ Ventas	\$ 0	\$ 37.784	\$ 75.568	\$ 113.352	\$ 151.136
Precio Venta	3,00						
Coste Unitario M/P	1,35	Costo Variable	\$ 0	\$ 17.003	\$ 34.006	\$ 51.008	\$ 68.011
Costo de M/O y CIF	1	Costo Fijo	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562
Gastos	41.562	Costo Total	\$ 41.562	\$ 58.565	\$ 75.568	\$ 92.571	\$ 109.573
Pto. Equilibrio	25.189	Beneficio	-\$ 41.562	-\$ 20.781	\$ 0	\$ 20.781	\$ 41.562
\$ Ventas Equilibrio	\$ 75.568	Para alcanzar el punto de equilibrio se debera vender 25.189 unidades mes					

Fuente: Punto de equilibrio bisutería

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 25 – Punto de equilibrio bisuterías



Fuente: Punto de equilibrio bisutería

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

De acuerdo a lo que respecta el punto de equilibrio para el producto de las bisuterías que se elaboran a diario y en grandes proporciones en la asociación nos menciona que se deberán elaborar 25.189 unidades al mes para alcanzar dicha estabilidad en el mercado.

CUADRO N° 39 – Punto de equilibrio hamacas

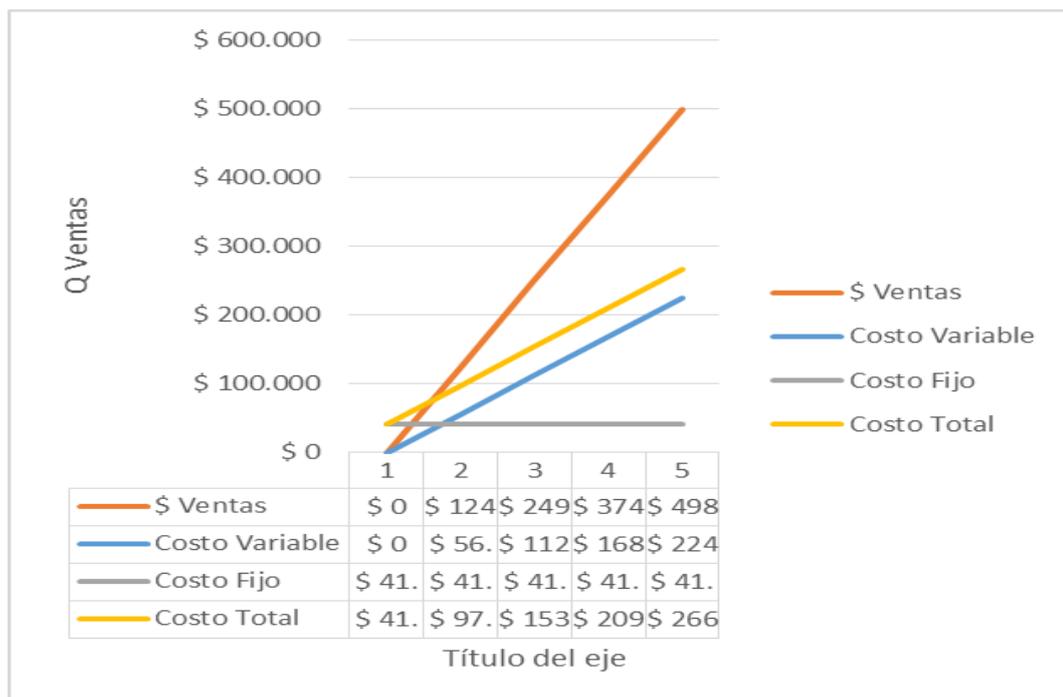
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA HAMACAS

		Datos para el gráfico					
		Q Ventas	\$ 0	\$ 41.563	\$ 83.125	\$ 124.688	\$ 166.250
Datos iniciales		\$ Ventas	\$ 0	\$ 124.688	\$ 249.375	\$ 374.063	\$ 498.750
Precio Venta	7,00						
Coste Unitario M/P	6,50	Costo Varia	\$ 0	\$ 56.109	\$ 112.219	\$ 168.328	\$ 224.438
Costo de M/O y CIF	1	Costo Fijo	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562
Gastos	41.562	Costo Total	\$ 41.562	\$ 97.672	\$ 153.781	\$ 209.891	\$ 266.000
Pto. Equilibrio	83.125	Beneficio	-\$ 41.562	\$ 27.016	\$ 95.594	\$ 164.172	\$ 232.750
\$ Ventas Equilibrio	\$ 581.875	Para alcanzar el punto de equilibrio se debera vender 83.125 unidades mes					

Fuente: Punto de equilibrio hamacas

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 26 – Punto de equilibrio hamacas



Fuente: Punto de equilibrio hamacas

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

De acuerdo a lo que respecta el punto de equilibrio para el producto de las hamacas que se elaboran a diario y en grandes proporciones en la asociación nos menciona que se deberán elaborar 83.125 unidades al mes para alcanzar dicha estabilidad en el mercado.

CUADRO N° 40 – Punto de equilibrio artículos de tagua.

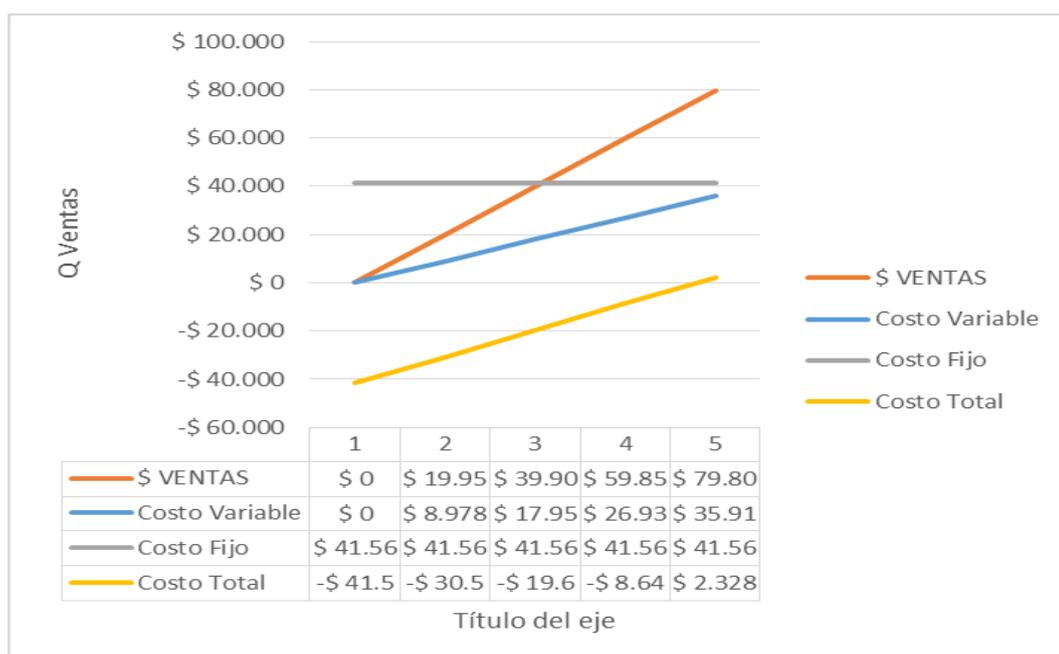
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA ARTESANIAS EN TAGUA

		Datos para el gráfico					
		Q Ventas	\$ 0	\$ 6.650	\$ 13.300	\$ 19.950	\$ 26.600
Datos iniciales		\$ Ventas	\$ 0	\$ 19.950	\$ 39.900	\$ 59.850	\$ 79.800
Precio Venta	5,00						
Coste Unitario M/P	1,88	Costo Variable	\$ 0	\$ 8.978	\$ 17.955	\$ 26.933	\$ 35.910
Costo de M/O y CIF	1	Costo Fijo	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562
Gastos	41.562	Costo Total	\$ 41.562	\$ 50.540	\$ 59.517	\$ 68.495	\$ 77.472
Pto. Equilibrio	13.300	Beneficio	-\$ 41.562	-\$ 30.590	-\$ 19.617	-\$ 8.645	\$ 2.328
\$ Ventas Equilibrio	\$ 66.500	Para alcanzar el punto de equilibrio se debera vender 13.300 unidades mes					

Fuente: Punto de equilibrio artículos de tagua

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 27 – Punto de equilibrio artículos de tagua



Fuente: Punto de equilibrio artículos de tagua

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

De acuerdo a lo que respecta el punto de equilibrio para los artículos hechos a base de tagua que se elaboran a diario y en grandes proporciones en la asociación nos menciona que se deberán elaborar 13.300 unidades al mes para alcanzar dicha estabilidad en el mercado.

CUADRO N° 41 – Punto de equilibrio lámparas artesanales

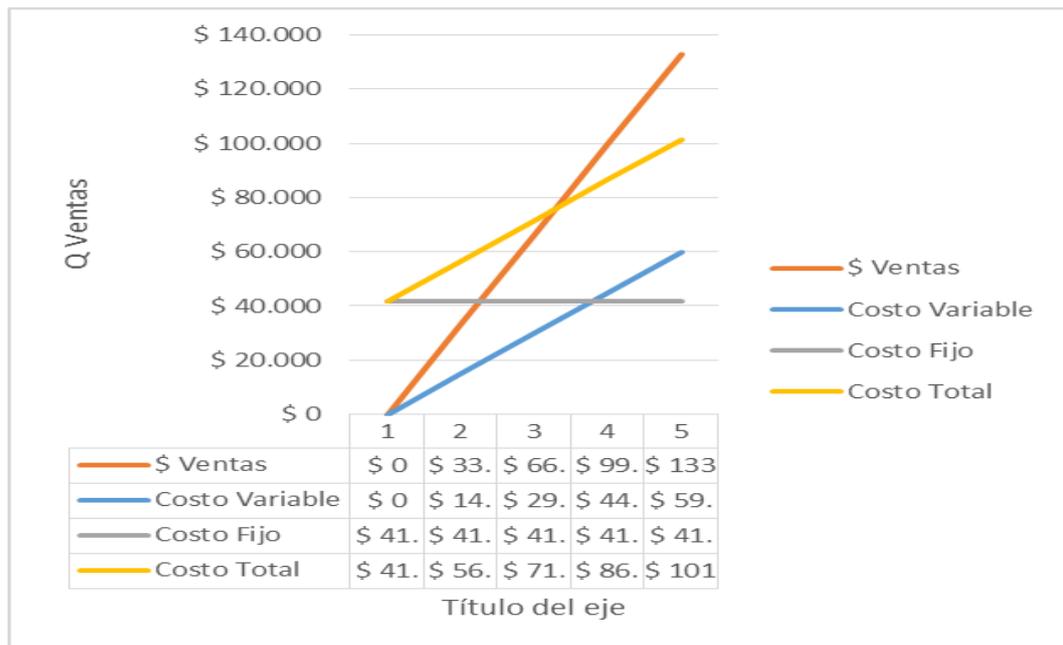
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LAMPARAS ARTESANALES

		Datos para el gráfico					
		Q Ventas	\$ 0	\$ 11.084	\$ 22.167	\$ 33.251	\$ 44.334
Datos iniciales		\$ Ventas	\$ 0	\$ 33.251	\$ 66.501	\$ 99.752	\$ 133.002
Precio Venta	8,00						
Coste Unitario M/P	5,00	Costo Variable	\$ 0	\$ 14.963	\$ 29.925	\$ 44.888	\$ 59.851
Costo de M/O y CIF	1	Costo Fijo	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562	\$ 41.562
Gastos	66.500	Costo Total	\$ 41.562	\$ 56.525	\$ 71.488	\$ 86.450	\$ 101.413
Pto. Equilibrio	22.167	Beneficio	-\$ 41.562	-\$ 23.274	-\$ 4.987	\$ 13.301	\$ 31.589
\$ Ventas Equilibrio	\$ 177.336	Para alcanzar el punto de equilibrio se debera vender 22.167 unidades mes					

Fuente: Punto de equilibrio lámparas artesanales

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

GRÁFICO N° 28 – Punto de equilibrio lámparas artesanales



Fuente: Punto de equilibrio lámparas artesanales

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

De acuerdo a lo que respecta el punto de equilibrio para el producto lámparas artesanales que se elaboran a diario y en grandes proporciones en la asociación nos menciona que se deberán elaborar 22.167 unidades al mes para alcanzar dicha estabilidad en el mercado.

4.12.10. Escenarios (optimista – probable – pesimista)

Los escenarios optimistas, normal y pesimista para el proyecto se muestran a consideración, prestando en consideración el valor actual neto (VAN) del estudio y una probabilidad del 40%, 50% y 10% respectivamente.

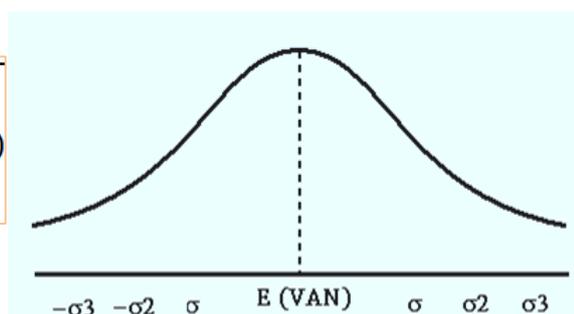
CUADRO N° 42 – Escenarios (optimista – probable – pesimista)

ESCENARIO	VAN(X)	PROBABILIDAD	Factor	Desviación	Desviación 2	Producto
Optimista	900.000	40%	360.000	127.980	16.378.931.759	6.551.572.704
Normal	764.040	50%	382.020	-7.980	63.683.602	31.841.801
Pesimista	300.000	10%	30.000	-472.020	222.802.690.975	22.280.269.097
			772.020			28.863.683.602

Fuente: Escenarios (optimista – probable – pesimista)

Elaborado Por: Edinson De La Cruz Tumbaco

$$\sigma = \sqrt{\sum_{k=1}^n (re_k - rep)^2 * p(k)}$$



68%	L.I.	602127
	L.S.	941.913

Existe un 68% de probabilidad de que el VAN este entre 602.127 y 941.913

95%	L.I.	432.233
	L.S.	1.111.806

Existe un 95% de probabilidad de que el VAN este entre 432.233 y 1.111.806

99%	L.I.	262340
	L.S.	1281699

Existe un 99% de probabilidad de que el VAN este entre 262.340 y 1.281.699

4.13. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

4.13.1. Análisis de la evaluación ambiental

En este proyecto el cuidado de la naturaleza y su entorno es muy importante, razón por la cual la planta de producción tendrá una ventilación adecuada que cumpla con

los estándares establecidos por los medios de control de ambiente. Una ventilación que garantice el correcto flujo de la emanación de humo y otros elementos que puedan filtrar en el proceso de producción.

Al ponerse en marcha el proyecto se procederá a la colocación de un extractor de humo que no permita que en los residuos de la materia prima surja directamente al aire de esta manera se cuida el medio ambiente, sin poner en peligro el ambiente de la comunidad en general. Aquí se utilizará un tratamiento adecuado a través de canales efectivos y control adecuado dentro de la planta.

En el factor e higienes se tomará todas las medidas de seguridad que el proyecto amerita. Los empleados tendrán que utilizar obligatoriamente gafas protectoras y mascarillas, además deberán usar guantes y botas y un delantal que garantice la higiene laboral y su integridad física dentro de los procesos de producción.

4.13.2. Análisis socio-económico del proyecto

La creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías generara empleo y a su vez desarrollo económico de la región contribuyendo a fortalecer la trayectoria que tienen en la comuna, como una localidad que crece en la producción de artesanías, además permitirá a las familias adquirir artesanías de excelente calidad y a precios competitivos.

Generadora dividendos para el municipio, al hacer el aporte de los impuestos y los pagos legales al gobierno. El proyecto generará unos ingresos fiscales al estado, los cuales son utilizados por el Gobierno según su política de bienestar social, esto representa inversión social para la comunidad municipal, y nacional.

Se consideró que el proyecto no tiene impactos negativos. La puesta en marcha de este proyecto, aumenta la demanda de materia prima e insumos para las artesanías. El proyecto será una organización, a través de la cual se puede enseñar y transformar la cultura de las personas; de los principios que se manejen depende que ese cambio sea para el beneficio de todos los que intervienen o hacen parte activamente de ella.

CONCLUSIONES

El diagnóstico situacional, permitió caracterizar a la zona donde estará situada la empresa y del área de influencia del proyecto. Se analizó la actividad y desarrollo económico. Se logró determinar que en la provincia, se dan las potencialidades económicas y turísticas aptas como para implantar una empresa artesanal.

De acuerdo a los análisis realizados en la propuesta del Proyecto “Creación de un Centro Artesanal para la Asociación de Artesanos Ambulantes Ruta del Sol de la comuna Libertador Bolívar”, se puede apreciar que el proyecto antes mencionado ha generado mucho interés en las personas debido a que el enfoque, servicios y productos a ofertarse son distintos a los ya existentes.

Financieramente el proyecto del Centro Artesanal es rentable, bajo los supuestos mencionados en el presente trabajo, también el enfoque está en crear un centro que permita que las artesanías ecuatorianas sean reconocidas a nivel local e internacional y que sobre todo labore con estándares de calidad y en constante innovación, algo que no se ha dado lastimosamente en la localidad y en nuestro país.

Con la implementación del centro artesanal también se pretende generar un mayor incentivo en los artesanos productores para que continúen con sus actividades de elaboración de artesanías y que vean en esta actividad una fuente de ingreso y un medio para mejorar sus condiciones de vida y de sus familiares, algo que lastimosamente se ha venido perdiendo con el pasar del tiempo.

Es importante que la implementación del proyecto centro artesanal tenga un adecuado seguimiento en todas sus áreas para de esta manera se realicen los cambios y estrategias pertinentes con la finalidad de que se logren los resultados esperados.

RECOMENDACIONES

El lugar donde se pretende crear el Centro Artesanal, posee grandes condiciones turísticas, pero sobre todo el talento humano que debería ser aprovechada; ya que en la actualidad los diferentes turistas prefieren por los lugares tranquilos y rodeados de naturaleza, que a su vez el enfoque que tendrá dicho centro será muy diverso a los ya existentes.

Para satisfacer a la demanda en general es necesario, brindar un productos y servicios de calidad; y a un más, cuando éste es muy escaso en la comuna y se pueda aprovechar al máximo. Para darse a conocer se deberá realizar publicidad y de esta manera irse posesionando en el mercado, que debido a la escasa competencia no será tan difícil.

Dar aperturas a todos los fabricantes de artesanías en las diferentes ferias que puedan realizarse dentro o fuera de la provincia, de esta manera se estará orientando a que las artesanías ecuatorianas sean reconocidas en todas partes del país e incluso internacionalmente ya que son realizadas con estándares de alta calidad.

En lo que se refiere a inversión al inicio es una cantidad considerable, pero que en su debido tiempo será recuperada. Se sugiere a los inversionistas o socios que ejecuten el proyecto con toda seguridad, ya que obtendrán beneficios en corto tiempo y brindarán empleo a varias personas que necesitan una fuente de ingreso propio, de este modo se estará logrando incentivar a los artesanos para que continúen con sus labores habituales.

Se recomienda que se sigan los parámetros y estrategias antes mencionados en el proyecto para que se logren los resultados esperados y anhelados que toda asociación persigue que es el mejoramiento continuo de su trabajo y beneficio para todos los socios que la conforman he incluso para la comunidad en general en el aspecto económico y también familiar.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Y., & Caceres, S. (2008). Obtenido de *Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías en guadua en la ciudad de bucaramanga y su área metropolitana*
- Adminstración de Empresas. (2011). Obtenido de *Analisis FODA*
- Asamblea Nacional. (s.f.). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Quito.
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Indicadores Economicos*. Quito.
- Banco Nacional de Fomento (BNF). (s.f.). *Creditos e Inversiones*. Quito.
- Banda, C., & Llerena, M. (2010). Obtenido de *Estudio de factibilidad para la creacion de la microempresa de artesanias de lufa en la ciudad de otavalo con cobertura del mercado nacional e internacional*
- Cabascango, J. (2009). Obtenido de *Centro artesanal ARTE-SANO*
- Cajo, M. (2008). Obtenido de *Proyecto de creación de un centro artesanal para la produccion, exposición y comercialización de productos y articulos artesanales en la ciudad de Loja*
- Corporacion Financiera Nacional (CFN). (s.f.). *Creditos e Inversiones*. Quito.
- Económica, M. d. (s.f.). *Ley de la Economía Popular y Solidadria*. Quito.
- Escobar, Flor; Montoya, Gilda*. (2009). Obtenido de *Creación de una plaza de artesanías en el canton milagro*
- Franco, J. (2008). *Estudio del sector artesanal de ecuador*.
- Gaona, J. (2011). Obtenido de *Estudio de factibilidad para la creacion de una empresa dedicada a la producción y comercialización de artesanias en estaño en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura*
- Gómez, L., & Orrego, K. (2010). Obtenido de *Proyecto de creación de empresa para la comercialización internacional de artesanias de la comunidad indigena Embera Chami*
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de Investigación*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Datos de la Poblacion Santa Elena*. Quito.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (s.f.). *Ley del Artesano*. Quito.

- Lupera, C., Pincay, M., & Shirley, R. (2011). Obtenido de Proyecto para la creación de una empresa de comercialización y distribución de artesanías shuar y quechua
- Méndez, C. (2008). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Mexico : Limusa.
- Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y C. (2011). *Agendas para la transformación productiva territorial Provincia de Santa Elena*.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (s.f.). *Ley de la Economía Popular y Solidaria*. Quito.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f.). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito.
- Paredes, W., & Paredes, N. (2011). *Investigación Acción*. Quito: Rijabal Editores.
- Paredes, W., & Paredes, N. (2011). *Investigación Acción*. Quito: Rijabal.
- Pinto, J. (2011). Estrategias de Marketing. 195 - 202.
- Pro_Ecuador. (2012). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/>
- Presidente de la comuna. (agosto de 2013). *Proyectos de la Comuna*. Santa Elena.
- Santos, M. (2011). Obtenido de Producción y comercialización de artesanías con materias primas del mar en el cantón Rioverde provincia de Esmeraldas
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s.f.). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.
- Thompson, & Ivan. (2011). *Estrategias de mercadeo*.
- Valencia, J. (2009). Obtenido de Proyecto de creación de un centro de promoción artesanal en el nuevo aeropuerto de Quito, Tababela provincia de Pichincha
- Velasco, D. (2009). Obtenido de Estudio para la creación de un centro de acopio de artesanías ecuatorianas para exportación en Quito

A decorative graphic consisting of a thin gold circle on the left. A horizontal bar with a gold-to-white gradient extends from the circle to the right. The word "ANEXOS" is written in a bold, black, serif font across the center of the bar. Large, stylized brackets are positioned on either side of the bar: a black bracket on the left and a gold bracket on the right.

ANEXOS

ANEXO A - Inflación

Inflación; últimos dos años



FECHA	VALOR
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %

ANEXO B - Tasa de interés activa

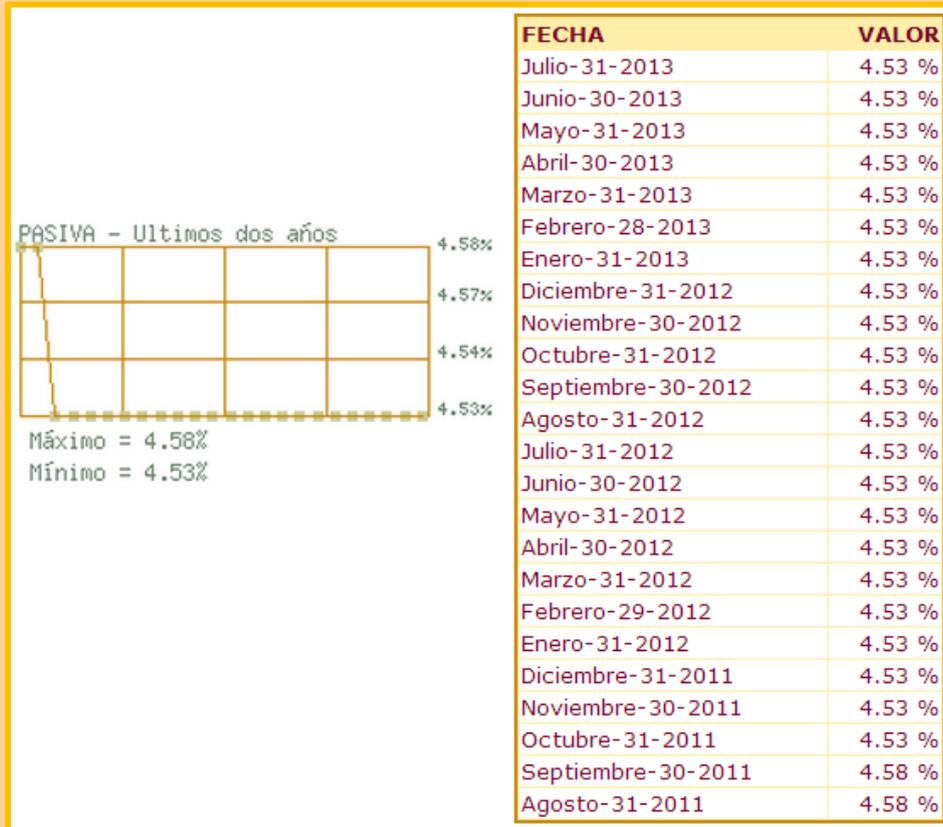
Tasa de interés activa; ultimo dos años



FECHA	VALOR
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-31-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %

ANEXO C - Tasa de interés pasiva

Tasa de interés pasiva de los últimos dos años





UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
 CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL



ANEXO D – Encuesta

ENCUESTA

Buenos días/tardes, soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy realizando una encuesta para un proyecto que comprende LA CREACION DE UN CENTRO ARTESANAL EN LA COMUNA LIBERTADOR BOLIVAR. Por favor, concédame unos minutos de su tiempo ya que su opinión es muy valiosa e importante.

DATOS GENERALES

Sexo: Masculino Femenino

Estado Civil: Soltero (a) Casado (a)

Indique su rango de edad:

De 10 A 14 años
 De 15 A 19 años
 De 20 A 24 años
 De 25 A 29 años

Nivel de Ingresos:

Menos de \$100
 De \$101 a \$200
 De \$201 a \$300
 \$301 en adelante

- ¿Qué nivel de conocimientos tiene acerca de artesanías?
 Mucho Poco Nada
- ¿Cómo considera usted a las artesanías elaboradas dentro de la provincia?
 Muy Buena Buena Regular Deficiente
- ¿Con que frecuencia visita los centros artesanales?
 Siempre Muy Poco Poco Nunca
- ¿En los centros artesanales que ha visitado como considera la atención al cliente brindada?
 Muy Buena Buena Regular Deficiente

- ¿En el centro artesanal de su preferencia encuentra la artesanía que usted desea?
 Siempre Muy Poco Poco Nunca
- ¿Al momento de adquirir sus productos artesanales, usted es quien toma la decisión de compra?
 Siempre Muy Poco Poco Nunca
- ¿Qué variedad de tamaño y cantidad de producto en artesanías usted adquiere?
 Grande Mediana Pequeña
- ¿La comodidad de los centros artesanales como lo considera?
 Muy Adecuado Adecuado Poco Adecuado Inadecuado
- ¿La calidad de las artesanías que usted adquiere son:
 Muy Buena Buena Regular Deficiente
- ¿El precio de las artesanías son:
 Muy Adecuado Adecuado Poco Adecuado Inadecuado
- ¿La publicidad de los centros artesanales que existen en la provincia son:
 Muy Adecuado Adecuado Poco Adecuado Inadecuado
- ¿Con que frecuencia visita la comuna Libertador Bolívar?
 Siempre Muy Poco Poco Nunca
- ¿Cómo considera la creación de un centro artesanal en la comuna Libertador Bolívar?
 Muy Buena Buena Regular Deficiente
- ¿Asistiría al nuevo centro artesanal?
 Sí No
- ¿Por la artesanía que usted elija estaría dispuesto a cancelar el valor sugerido?
 Sí No
- ¿La artesanía que usted prefirió comprar es para?
 Uso Personal Regalo Otros ¿Cuáles? _____

FIN DE LA ENCUESTA

Muchas gracias por el tiempo brindado.

ANEXO E – Plan de acción

PROBLEMA PRINCIPAL:			
Numerosos intermediarios que afectan el proceso de elaboración y comercialización de artesanías.			
FIN DEL PROYECTO: Creación del centro artesanal para la asociación de artesanos ambulantes para excluir a los intermediarios.		INDICADORES: Centro Artesanal	
PROPÓSITO DEL PROYECTO: La creación del centro artesanal para la asociación de artesanos ambulantes ruta del sol de la comuna libertador bolívar con la finalidad de excluir a los intermediarios y obtener mayores beneficios.		INDICADORES: Estrategias de mercado	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
Describir la situación actual de los procesos de producción y comercialización de las diferentes artesanías en cómo se han venido dando sobre el arte y cultura que la asociación posea.	Base de datos de los diferentes procesos de producción. Tipo de comercialización que realizan a diario.	Mejorar los procesos de producción para obtener mayor calidad y eficacia en la elaboración de las artesanías.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organización y ejecución de seminarios de sensibilización para los productores. ➤ Desarrollo de planificaciones estratégicas individual y colectiva. ➤ Desarrollo e implementación de una estrategia de comercialización y penetración en el mercado nacional.
Diseñar un plan de negocios mediante las diferentes estrategias competitivas del mercado para el mejoramiento de los procesos de producción y comercialización de las artesanías.	Indagación para determinar el gusto y preferencia de los clientes hacia las artesanías.	ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DEL PRODUCTO. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofertar los diferentes productos que se elaboran en la asociación con una mejor imagen, calidad y nuevos materiales de publicidad. ✓ Mejoramiento de las ventas con promociones que llamen la atención de los consumidores finales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Seleccionar productos que serán utilizados para las diferentes promociones que se realice. ➤ Selección segmentos de mercados específicos de artesanías. ➤ Determinar las herramientas útiles para las diferentes promociones. ➤ Ejecutar la actividad.
Determinar la afluencia de turismo en la comuna Libertador Bolívar mediante la creación del Centro Artesanal para el beneficio de los habitantes.	Afluencia de personas que visitan los locales de artesanías en la comuna.	ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN La asociación está dirigida tanto para el turismo nacional como para el turismo internacional.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar y establecer las fuentes de información de los turistas que visitan las comunas de la provincia de Santa Elena. ➤ Definir el mercado objetivo para las artesanías que se elaboran en la asociación. ➤ Ejecutar la actividad.

Fuente: Plan de acción

Elaborado por: Edinson De La Cruz Tumbaco

