



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA  
COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA  
PARROQUIA MANGLARALTO DE LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2013**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: LISSETTE MONSERRATE SOLÓRZANO CEDEÑO**

**TUTOR: ECON. HERMELINDA 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 DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA  
COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA  
PARROQUIA MANGLARALTO DE LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2013**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: LISSETTE MONSERRATE SOLÓRZANO CEDEÑO**

**TUTOR: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**La Libertad, 29 de octubre del 2013**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PARROQUIA DE MANGLARALTO PROVINCIA DE SANTA ELENA, “ elaborado por la Srta. LISSETTE MONSERRATE SOLÓRZANO CEDEÑO, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo e Innovación Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....

**Econ. Hermelinda Cochea Tomalá**

**TUTOR**

## DEDICATORIA

Este esfuerzo se lo dedico en primer lugar a Dios, por darme las fuerzas suficientes para alcanzar mis objetivos.

A mis padres Tito y María por su apoyo incondicional, por cada segundo que estuvieron dándome ganas para no desmayar en mis sueños.

A mis hermanos por brindarme su apoyo moral a pesar de tanto sacrificio.

A mis sobrinos por ser mi fortaleza y motivo de superación.

Finalmente a mis amigos por tanto apoyo en cada momento, a todas mil gracias

Lisette

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme impartido tantos conocimientos, a cada docente que fue partícipe de mi rendimiento académico durante estos cinco años, a la Eco. Hermelinda Cochea y a la Asociación de Artesanos Herencia Cultural especialmente al Sr. Rolando Ángel por ser guía de este proyecto de Titulación.

Finalmente agradezco a cada uno de mis compañeros por brindarme su ayuda en momentos difíciles principalmente a mi amigo Alexis por ser partícipe de ello, a todos mil gracias.

Lisette

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

Econ. Félix Tigrero González, MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA  
DE INGENIERÍA COMERCIAL

---

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá  
PROFESOR-TUTOR

---

Econ. Irene Palacios Baúz, MSc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.  
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 DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA  
LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PARROQUIA  
MANGLARALTO DE LA PROVINCIA DE  
SANTA ELENA, AÑO 2013**

**Autor:** Lissette Solórzano Cedeño

**Tutor:** Econ. Hermelinda Cochea Tomalá

**RESUMEN**

Este trabajo de investigación se basa en la Creación de un Centro de Producción y Comercialización de Artesanías en la Comuna Libertador Bolívar donde se estudia las diferentes variables que permiten evaluar y analizar el sector económico de la comuna y de la asociación de artesanos Herencia Cultural para cumplir con el objetivo de la investigación. El desarrollo de este proyecto ha permitido conocer las riquezas con las que cuenta la Provincia de Santa Elena y el progreso de los diferentes sectores productivos que posee, en este caso estudiaremos la situación actual del sector artesanal y la evolución que ha tenido en los últimos años. Dentro de las actividades que posee esta comunidad encontramos que el 80% de la población se dedica a la rama de las artesanías y el 20% restante a la agricultura, cabe recalcar que el sector artesanal forma parte de un nivel muy relevante y representante dentro de esta comunidad. Las artesanías con mayor relevancia dentro de este sector son las fabricadas por la Asociación de Artesanos Herencia Cultural, quienes se dedican a la elaboración y comercialización de diferentes productos derivadas de la paja toquilla, fibra de abacá, madera y caña guadua. Esta propuesta busca mejorar los sistemas de comercialización de las artesanías, disminuyendo a intermediarios y poder contar con la venta directa a los consumidores finales y sobre todo el desarrollo socio-económico de quienes se dedican a esta rama, otro de los propósitos es lograr el reconocimiento de las artesanías, logrando captar nuevos mercados y abarcar con los sectores estratégicos dentro de la provincia de Santa Elena mejorando así el sector productivo del país, el sector económico de la comunidad y de los artesanos dedicados a esta actividad permitiendo evolucionar y desarrollar favorable dentro de los procesos e importancia que tiene la matriz productiva dando énfasis a el código de la producción donde se basa en explotar lo sector artesanal de pequeños y medianos productores con un solo fin de mejorar la cadena productiva e implementando el valor agregado en cada producto a comercializar.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
TRIBUNAL DE GRADO .....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE CUADROS DE LA ENCUESTA .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS DE LA ENCUESTA .....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>MARCO CONTEXTUAL .....</b>	<b>3</b>
TEMA. ....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA. ....	5
JUSTIFICACIÓN .....	6
OBJETIVOS. ....	7
OBJETIVO GENERAL.....	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
HIPÓTESIS.....	8
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	9
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>11</b>
<b>MARCO TEÓRICO. ....</b>	<b>11</b>
1.1. ANTECEDENTES. ....	11
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
1.2.1. Análisis del Sector Socio- Económico.....	13
1.2.1.1. Sector Económico de Libertador Bolívar.....	13
1.2.1.2 Las artesanías. ....	14

1.2.2.1. Definición de artesanía.....	14
1.3.1.2. Clasificación de las artesanías.....	15
1.3.1.3. Cadena de valor y encadenamiento de las artesanías.....	16
1.2.2. Las artesanías en el Ecuador. ....	18
1.2.2.1. Producción y variedades de Artesanías en el Ecuador.....	20
1.2.3. Las Artesanías en la provincia de Santa Elena.....	22
1.2.4. Producción. ....	25
1.2.4.1. Definición de producción.....	25
1.2.4.2. Procesos de producción.....	26
1.2.4.3. Estrategias de producción. ....	26
1.2.5. Definición de calidad. ....	27
1.2.5.1. Sistema de control de calidad.....	27
1.2.6. Comercialización.....	28
1.2.6.1. Concepto de comercialización. ....	28
1.2.7. Oferta y demanda. ....	28
1.2.7.1. Definición de oferta.....	28
1.2.7.2. Definición de demanda. ....	28
1.2.7.3. Estrategias de comercialización. ....	29
1.2.7.4. El servicio al cliente. ....	30
1.2.8. Empresa.....	30
1.2.8.1. Definición de empresa.....	30
1.2.8.2. Clasificación de empresas. ....	31
1.2.8.3. Definición de Mipymes.....	32
1.2.8.3.1. Las Mipymes en el Ecuador.....	32
1.3. Entorno Político Legal. ....	34
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador. ....	34
1.3.2. Plan del buen vivir. ....	35
1.3.3. Ley de defensa del artesano. ....	36
1.3.4. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. ....	38
1.3.6. Niif para Pymes.....	42
1.4. Análisis Del Macro Entorno.....	43
1.4.1. Participación de las exportaciones e importaciones artesanías del Ecuador en el mundo. ....	43
1.4.2. Exportaciones de las Artesanías.....	44

1.5. ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO. ....	45
1.6. PERSPECTIVA DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO. ....	46
1.6.1. PIB del sector. ....	46
1.6.2. Inflación. ....	46
1.7. ENTORNO SOCIAL. ....	47
1.8. FACTOR TECNOLÓGICO. ....	48
1.9. ANÁLISIS F.O.D.A. ....	49
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>51</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.</b> .....	<b>51</b>
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	51
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN. ....	52
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN. ....	52
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN. ....	53
2.5. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN. ....	54
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN. ....	54
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA. ....	55
2.7.1. Población. ....	55
2.7.2. Muestra. ....	55
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>57</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.</b> .....	<b>57</b>
3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA. ....	57
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA. ....	64
3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. ....	82
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>84</b>
<b>CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.</b> .....	<b>84</b>
4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA. ....	84
4.1.1. Segmentación del mercado. ....	84
4.1.2. Determinación de la población objetivo. ....	85
4.1.3. Identificación de los clientes meta. ....	85

4.1.4. Frecuencia de uso/ compra.....	87
4.1.5. Proyección de la demanda.....	88
4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	89
4.2.1. Identificación de los competidores.....	89
4.3. DEMANDA INSATISFECHA.....	91
4.4. MARKETING MIX.....	91
4.4.1. Producto.....	92
4.4.2. Precio.....	98
4.4.2.1. Estrategia de Fijacion de precio.....	99
4.4.3. Estrategias de Distribución.....	100
4.4.3.1. Identificación del canal óptimo.....	100
4.4.4. Promoción.....	101
4.4.4.1. Presupuesto de promoción.....	102
4.4.5. Estrategias competitivas.....	103
4.5. ESTUDIO TÉCNICO.....	104
4.5.1. Infraestructura de la empresa.....	104
4.5.2. Capacidad instalada.....	105
4.5.3. Ubicación del proyecto.....	105
4.5.4. Descripción de los procesos.....	106
4.5.4.1. Diagrama de flujo de los procesos.....	106
4.5.5. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.....	114
4.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	117
4.6.1. Marco Legal.....	117
4.6.2. Acta de constitución.....	118
4.6.3. Misión.....	124
4.6.4. Visión.....	124
4.6.5. Objetivo general.....	124
4.6.5.1. Objetivos Específicos.....	125
4.6.6. Análisis FODA de la empresa.....	125
4.6.7. Valores institucionales.....	126
4.6.8. Actividades de la empresa.....	127
4.6.8.1. Actividades principales.....	128
4.6.8.2. Actividades secundarias.....	128
4.6.9. Estructura orgánica administrativa.....	128

4.6.9.1. Organigrama estructural.....	128
4.6.9.2. Responsabilidades de los departamentos. ....	130
4.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO. ....	136
4.7.1. Inversión inicial.....	136
4.7.1.1. Activos fijos. ....	136
4.7.1.2. Activos intangibles.....	138
4.7.1.3. Capital de trabajo. ....	138
4.7.1.4. Obras físicas.....	140
4.7.1.5. Resumen de inversión inicial. ....	141
4.7.2. Financiamiento.....	141
4.7.2.1. Amortización de la deuda.....	141
4.7.3. Proyección de ventas.....	142
4.7.4. Costos operativos y gastos. ....	144
4.7.4.1. Costos operativos proyectados.....	144
4.7.4.2. Gastos proyectados. ....	146
4.7.5. Depreciación. ....	148
4.7.6. Estado de resultados proyectados (PYG).....	149
4.7.7. Flujo de caja proyectado. ....	150
4.7.8. Evaluación financiera del flujo. ....	151
4.7.8.1. Valor Actual Neto (VAN).....	151
4.7.8.2. Tasa Interna De Retorno (TIR). ....	151
4.7.8.3. Periodo de recuperación de la inversión del proyecto. ....	152
4.7.9. Punto de equilibrio. ....	152
4.7.10. Escenario (Optimista – Probable – Pesimista).....	154
4.8. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO. ....	155
4.8.1. Análisis de la evaluación ambiental.....	155
4.8.3. Análisis socio-económico del proyecto. ....	156
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>157</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>158</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>159</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>163</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°1. Operacionalización de la variable dependiente. ....	9
CUADRO N°2. Operacionalización de la variable independiente. ....	10
CUADRO N°3. Establecimientos de artesanías y joyas. ....	34
CUADRO N°4. Participación de ventas de las artesanías. ....	34
CUADRO N°5. Participación de las artesanías del Ecuador en el Mundo. ....	44
CUADRO N°6. Exportaciones de artesanías. ....	45
CUADRO N° 7. Análisis Interno de las Artesanías en el Ecuador. ....	49
CUADRO N° 8. Análisis Externo de las Artesanías en el Ecuador. ....	50
CUADRO N°9. Población total Santa Elena. ....	56
CUADRO N° 10. Clientes. ....	87
CUADRO N° 11. Competencia. ....	90
CUADRO N° 12. Demanda Insatisfecha. ....	91
CUADRO N° 13. Productos elaborados de Paja Toquilla. ....	94
CUADRO N° 14. Productos elaborados de Fibra de Abacá. ....	94
CUADRO N° 15. Productos elaborados de Madera. ....	95
CUADRO N° 16. Productos elaborados de Caña Guadua. ....	95
CUADRO N°17. Presupuesto de Volantes. ....	102
CUADRO N° 18. Presupuesto de Televisión y Radio. ....	102
CUADRO N° 19. Presupuesto medios informáticos. ....	103
CUADRO N° 20. Maquinarias. ....	114
CUADRO N° 21. Muebles y Enseres. ....	115
CUADRO N° 22. Equipos. ....	115
CUADRO N° 23. Herramientas. ....	116
CUADRO N° 25. Inversión de activos fijos. ....	137
CUADRO N° 26. Inversión de activos intangibles. ....	138
CUADRO N° 27. Inversión de capital de trabajo. ....	139
CUADRO N° 28. Inversión de obras físicas. ....	140
CUADRO N° 29 Inversión inicial. ....	141
CUADRO N° 30. Mecanismos de aportación de la inversión. ....	142
CUADRO N° 31. Amortización de la deuda. ....	142
CUADRO N° 32. Productos que se comercializarán con sus respectivos precios. ....	143
CUADRO N° 33. Proyección de la demanda. ....	143

CUADRO N° 34. Costos de los costos indirectos de fabricación. ....	144
CUADRO N° 35. Costos de la materia prima. ....	145
CUADRO N° 36. Costos de la mano de obra. ....	145
CUADRO N° 37. Proyección de los costos operativos. ....	145
CUADRO N° 38. Gastos administrativos. ....	146
CUADRO N° 39. Sueldos y salarios. ....	146
CUADRO N° 40. Suministros de oficina. ....	146
CUADRO N° 41. Gastos de venta. ....	147
CUADRO N° 42. Gastos por servicio. ....	147
CUADRO N° 43. Gastos proyectados. ....	147
CUADRO N° 44. Depreciación de los activos fijos. ....	148
CUADRO N° 45. Estado de resultados proyectado. ....	149
CUADRO N° 46. Flujo de caja proyectado. ....	150
CUADRO N° 47. Periodo de recuperación de la inversión del proyecto. ....	152
CUADRO N° 48. Punto de equilibrio por productos producidos. ....	153
CUADRO N° 49. Punto de equilibrio por total de productos. ....	153

**ÍNDICE DE CUADROS DE LA ENCUESTA**

CUADRO N° 1. Género.....	64
CUADRO N° 2. Estado Civil. ....	65
CUADRO N° 3. Edad. ....	66
CUADRO N° 4. Ingresos económicos.....	67
CUADRO N° 5. Visita lugares turísticos.....	68
CUADRO N° 6. Dispone de un lugar donde compre artesanías. ....	69
CUADRO N° 7. Frecuencia en lugares comerciales. ....	70
CUADRO N° 8. Artesanías que usualmente adquieren.....	71
CUADRO N° 9. Al momento de comprar artesanías, ¿Qué es lo que toma en cuenta?.....	72
CUADRO N° 10. Nivel de creatividad.....	73
CUADRO N° 11. Calidad de las artesanías.....	74
CUADRO N° 12. Encuentra variedad de artesanías.....	75
CUADRO N° 13. Puesta de venta adecuado. ....	76
CUADRO N° 14. Servicio de venta.....	77
CUADRO N° 15. Precio pagado es justo. ....	78
CUADRO N° 16. Artesanías de Libertador Bolívar.....	79
CUADRO N° 17. Creación del centro de producción y comercialización de artesanías.....	80
CUADRO N° 18. Adquisición de artesanías del centro. ....	81

## ÍNDICE DE FIGURAS DE LA ENCUESTA

FIGURA N° 1. Género.....	64
FIGURA N° 2. Estado Civil. ....	65
FIGURA N° 3. Edad. ....	66
FIGURA N° 4. Ingresos económicos.....	67
FIGURA N° 5. Visita lugares turísticos.....	68
FIGURA No.6. Dispone de algún lugar donde compre artesanías. ....	69
FIGURA N° 7. Frecuencia en lugares comerciales. ....	70
FIGURA N° 8. Artesanías que usualmente adquieren.....	71
FIGURA N° 9. Al momento de comprar artesanías, ¿Qué es lo que toma en cuenta?.....	72
FIGURA N° 10. Nivel de creatividad.....	73
FIGURA N° 11. Calidad de las artesanías.....	74
FIGURA No. 12. Encuentra variedad de artesanías. ....	75
FIGURA N° 13. Puesta de venta adecuado. ....	76
FIGURA N° 14. Servicio de Venta.....	77
FIGURA N° 15. Precio pagado es justo. ....	78
FIGURA N° 16. Artesanías de Libertador Bolívar.....	79
FIGURA N° 17. Creación del centro de producción y comercialización de artesanías.....	80
FIGURA N° 18. Adquisición de artesanías del centro. ....	81

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1. Sector Económico Libertador Bolívar. ....	14
FIGURA N° 2. Cadena de valor de las artesanías. ....	17
FIGURA N° 3. Encadenamiento de las artesanías. ....	18
FIGURA N° 4. Estrategias de Comercialización. ....	29
FIGURA N° 5. Representación de Mipymes en el Ecuador. ....	32
FIGURA N° 6. Evolución de la Inflación. ....	47
FIGURA N° 7. Canal de distribución de la empresa. ....	101
FIGURA N° 8. Infraestructura de la empresa. ....	104
FIGURA N° 9. Flujograma de la elaboración de sombreros y carteras. ....	106
FIGURA N° 10. Flujograma de la elaboración de binchas. ....	107
FIGURA N° 11. Flujograma de la elaboración de monederos. ....	108
FIGURA N° 12. Flujograma de la elaboración de angelitos de fibra de abacá. .	109
FIGURA N° 13. Flujograma de la elaboración de carritos de madera. ....	110
FIGURA N° 14. Flujograma de la elaboración de carritos de madera. ....	111
FIGURA N° 15. Flujograma de la elaboración de lámparas de caña guadua. ....	112
FIGURA N° 16. Flujograma de la elaboración de sillas perezosas de caña guadua. ....	113
FIGURA N° 17. Organigrama de la empresa. ....	129

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A. Árbol del problema.....	163
ANEXO B. Matriz de Vester. ....	164
ANEXO C. Encuesta.....	165
ANEXO D. Entrevista.....	167
ANEXO E. Carta Aval.....	168
ANEXO F. Carta del Banco Nacional de Fomento .....	169
ANEXO G. Matriz de correlación de elementos esenciales del proyecto de tesis.....	170
ANEXO H. Fotos.....	171
ANEXO I. Plan de Acción.....	173

## INTRODUCCIÓN

La Península de Santa Elena es una área geográfica que abarca una serie de atractivos turísticos, que van desde sol, arena y mar; en donde sus orígenes cobra importancia a nivel regional. Esta variedad de ambientes naturales los encontramos en diferentes sectores ubicados en el filo costero de la provincia, contando con diferentes áreas productivas tales como: agricultura, ganadería, pesca, artesanías, entre otros, que fortalecen el sector económico de la región.

Uno de los sectores que se destacan dentro de la provincia de Santa Elena es el artesanal, en donde existen pequeños productores que conforman grupos asociativos ubicados en la Ruta del Spondyllus; tal es el caso de la Asociación de Artesanos “Herencia Cultural” ubicado en la comuna Libertador Bolívar que dedican su tiempo a la fabricación y comercialización de artesanías elaborada a base de: paja toquilla, cedro, fibra de abacá, madera, etc. dando como resultado los diferentes productos tales como: sombreros, carteas, juguetes y mueble, etc.

En la actualidad este grupo asociativo presentan diversos inconvenientes que afectan a la competitividad de los mismos, entre los más relevante se puede mencionar la carencia de un lugar donde puedan fabricar y comercializar sus artesanías, ya que realizan sus actividades en sus hogares siendo este su lugar de trabajo.

Por tal motivo, es necesaria la **CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS** que beneficiará no solo a este grupo asociativo sino a la provincia en general.

La estructura que tiene el proyecto está conformada por el marco contextual donde se detalla la problemática del proyectos y se estudia las variables que se va a utilizar dentro del proceso de investigación para cumplir con los objetivos

propuestos en el tema a desarrollar, este proyecto también cuenta con cuatro capítulos que se detallaran a continuación:

Capítulo I: este capítulo implica desarrollar el marco teórico donde se busca obtener información existente con el fin de obtener antecedentes que ayuden en el proceso de indagación, además nos permitirá conocer y estudiar la situación actual y legal del sector productivo como lo es las artesanías en el País.

Capitulo II: este capítulo permitirá conocer la metodología que se va a implementar bajo los diferentes instrumentos de la investigación obteniendo información real e importante para conocer la situación actual del tema a estudiar bajo un rango determinado de la población.

Capitulo III: uno de los capítulos importantes dentro del desarrollo de la investigación ya que se analiza e interpreta los resultados obtenidos de los instrumentos implementados en investigación como lo es la entrevista y encuesta permitiéndonos medir el nivel de aceptación del objetivo que busca el proyecto y analizando el nivel situacional de la asociación de artesanos.

Capitulo IV: este capítulo implica el desarrollo de la propuesta del objetivo de la investigación que es La Creación del Centro de Producción y Comercialización de Artesanías, desarrollando diferentes estrategias que permitan analizar el sistema financiero de la propuesta.

Y para concluir se detallan las conclusiones de la propuesta, la bibliografía y los anexos, que respaldan la culminación del proyecto presentado y sustentan la elaboración del trabajo para la Creación del Centro de Producción y Comercialización de Artesanías de la Comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena.

## **MARCO CONTEXTUAL**

### **TEMA.**

Influencia de estrategias de producción y comercialización de artesanías en el desarrollo socio-económico de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar mediante un estudio situacional. "Creación De Un Centro De Producción Y Comercialización De Artesanías, Año 2013".

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

En los últimos años en el Ecuador, el desarrollo de micro empresas dedicadas a la producción, comercialización de artesanías comienza a tener una participación significativa dentro de la cadena productiva fomentando de esta manera el desarrollo económico para sus habitantes. En la provincia de Santa Elena existen tres cantones: Salinas que se considera capital turística del Ecuador, La Libertad, capital económico de la provincia y Santa Elena cantón de los balnearios, de playas hermosas como Montañita, San Pablo, Monteverde, Palmar, Ayangue, Manglaralto, Olón, también los bosques de la cordillera Chongón-Colonche. La provincia de Santa Elena es considerada la cuna de los hermosos balnearios de la costa del Pacífico.

En la Ruta del Spondylus existen diversas comunas dedicadas a la producción y comercialización de artesanías derivadas de la tagua, paja toquilla, abacá, madera entre otros, integradas por grupos asociativos que dedican mayor parte de sus vidas a elaborar y comercializar productos a nivel peninsular. En este contexto, encontramos la comuna Libertador Bolívar, con aproximadamente 2.099 habitantes y 1.746 hectáreas. Está ubicada justamente al pie de la carretera, en el perfil costero conocido como la Ruta del Spondylus, limita al norte con la comuna San Antonio y al Sur con el recinto Valdivia, al Este con el recinto Sitio Nuevo y al oeste con el Océano Pacífico.

Dentro de esta comuna encontramos la asociación de Artesanos “Herencia Cultural” conformada por 27 socios quienes se dedican a la producción y comercialización de artesanías elaborada de paja toquilla, tagua, abacá, madera entre otros.

Dentro de la asociación existen diferentes situaciones que afectan a la competitividad y a la cadena de valor artesanal en la cual podemos mencionar la escases de cultura empresarial, ya que las personas dedicadas a esta actividad temen al fracaso sin darse cuenta que están perdiendo diversas oportunidades en el ámbito artesanal. Además, el desinterés colectivo impide el logro de objetivos a futuro que la asociación desea alcanzar y en cuanto a la organización se puede apreciar una escases del mismo que afecta el desarrollo de la asociación.

Las circunstancias anteriores podrían desencadenar los limitados niveles de producción, los mismos que afectarían la demanda de los productos ya que no se podrá satisfacer las necesidades de los clientes. Con relación a los competidores existiría un aumento de los mismos dentro del mercado artesanal, reduciendo de esta manera el nivel de ingresos de los integrantes de la asociación por no tener una gama de clientes fijos a los cuales se podrían ofertar las artesanías, los mismos que se pueden apreciar en el árbol de problema (Ver Anexo A).

Al considerar las deficiencias en los aspectos anteriores, se vuelve necesario que los artesanos busquen mejorar su producción, para volverse competitivos contra las exigencias que le impone el mercado. Por esa razón se elaboró la Matriz de Vester donde se evaluó los diferentes problemas existentes con mayor impacto para el desarrollo y producción de sus productos (Ver Anexo B) del cual es indispensables la Creación de un Centro de Producción y comercialización de artesanías elaborada de: paja toquilla, tagua, abacá, madera entre otros, dirigida a la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la Comuna Libertador Bolívar parroquia Manglaralto en la provincia de Santa Elena.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿Cómo influye las estrategias de producción y comercialización de artesanías en el desarrollo socio-económico de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar provincia de Santa Elena, año 2013?

## **SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.**

- 1 ¿Cómo se encuentra la situación socio-económica de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena?
- 2 ¿Cómo influye el sector artesanal en el desarrollo socio-económico de la comuna Libertador Bolívar?
- 3 ¿Cuáles son los procesos de producción y comercialización de las artesanías de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena?
- 4 ¿Como incide la implementación del centro de producción y comercialización en el desarrollo micro empresarial de la asociación de Artesanos Herencia Cultural?
- 5 ¿Será factible la implementación del centro de producción y comercialización de artesanías dirigida a la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar Provincia de Santa Elena?
- 6 ¿En qué aportará le implementación del centro de producción y comercialización de artesanías al desarrollo socio-económico de la Comuna Libertador Bolívar?

## **JUSTIFICACIÓN**

El sector artesanal es muy importante dentro de la Asociación de Artesanos “Herencia Cultural” de la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena, al ser una fuente de ingreso para una parte de la población, genera cadena de valor a los productos artesanales que comercializan los involucrados en esta actividad.

La cadena de valor separa a la asociación en sus actividades estratégicas importantes para entender el comportamiento las fuentes de diferenciación existente y potencial. Si la asociación desempeña estas actividades estratégicas mejor o más barato que sus competidores, entonces obtiene la ventaja competitiva. Si bien es cierto, la producción artesanal ha servido para mejorar sus niveles de vida. Es por esto que este proyecto es realizado con el fin de recuperar el sentido de pertenencia por las artesanías, logrando que los consumidores se interesen más por comprar una artesanía, con la cual se sienta identificado o se sienta a gusto con adquirirla.

Dentro de los instrumentos para la recolección de información se utilizarán: la observación, entrevista, encuesta y reuniones de trabajo los mismos que contribuirán con la creación del centro de producción y comercialización cumpliendo de esta manera con la línea de investigación de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial que es el desarrollo organizacional y a la vez con uno de los componentes como lo es la innovación y desarrollo empresarial.

Por esta razón se considera de vital importancia la creación de un centro de producción y comercialización dirigido a los artesanos de la Asociación “Herencia Cultural” de la comuna Libertador Bolívar parroquia Manglaralto provincia de Santa Elena, formando así una cadena de producción y comercialización de sus productos derivados de la madera, abacá, tagua y paja toquilla.

## **OBJETIVOS.**

### **OBJETIVO GENERAL.**

Evaluar la influencia de estrategias de producción y comercialización de artesanías para el desarrollo socio-económico de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar mediante un estudio situacional para la Creación De Un Centro De Producción Y Comercialización De Artesanías.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

1. Diagnosticar la situación actual de los procesos de fabricación de las artesanías de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar provincia de Santa Elena
2. Analizar los diferentes factores de desarrollo económico del sector artesanal de la comuna Libertador Bolívar.
3. Determinar los sistemas de producción y comercialización adecuados para la Asociación de Artesanos Herencia Cultural.
4. Establecer las estrategias de comercialización idóneas para la Asociación de Artesanos Herencia Cultural.
5. Elaborar un estudio de mercado, para la respectiva implementación del centro de producción y comercialización de las artesanías de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

## **HIPÓTESIS.**

La influencia de estrategias de producción y comercialización de artesanías beneficiará al desarrollo socio-económico de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar mediante un estudio situacional para la Creación De Un Centro De Producción Y Comercialización De Artesanías en la provincia de Santa Elena.

### **Variable Independiente:**

Estrategias de producción y comercialización.

### **Variable Dependiente:**

El Desarrollo socio-económico

## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

**CUADRO N°1. Operacionalización de la variable dependiente.**

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<p><b>Independiente</b></p> <p>Estrategias de producción y comercialización</p>	<p>Es un conjunto de acciones que permitirá el desarrollo de los procesos productivos aumentando el nivel de competitividad en cada proceso, estudia los niveles que aplicados en cada sistema a implementar.</p>	<p><b>Dimensión social</b> (valor expresado para determinar identificando los aspectos demográficos)</p> <p><b>Dimensión de desarrollo comercial</b> (valor expresado en términos de experiencia en compra)</p>	<p>Distribución de frecuencias de aspectos demográficos</p> <p>Frecuencia y Compra de artesanías</p>	<p>Edad Sexo Estado Civil Ingresos</p> <p>¿Cuándo usted visita lugares turísticos de la franja costera de la provincia de Santa Elena adquiere algún tipo de artesanía?</p> <p>Dispone de algún lugar dentro de la provincia donde compre sus artesanías</p> <p>¿Con qué frecuencia usted visita estos lugares donde comercializan artesanías?</p> <p>¿Qué tipo de artesanías usualmente adquiere?</p> <p>Al momento de comprar artesanías ¿Qué es lo que usted toma en cuenta?</p>

**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N°2. Operacionalización de la variable independiente.**

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<p align="center"><b>Dependiente</b></p> <p>El desarrollo socio-económico</p>	<p>Ayudará al desarrollo colectivo, social, beneficiando el sector artesanal y a los integrantes de la asociación fortaleciendo emprendimientos desarrollando habilidades competentes que mejorarán la calidad de vida de los artesanos.</p>	<p><b>Dimensión producción y de competitividad</b></p> <p>(Valor expresado en términos de ventajas competitivas)</p>	<p><b>Frecuencia y Compra de artesanías</b></p>	<p>¿Considera usted que el puesto de venta dónde se comercializa este tipo de artesanías es el adecuado?</p> <p>¿Considera usted que el servicio de venta de artesanías en la localidad?</p> <p>¿Ha escuchado alguna vez sobre las artesanías que se comercializan en la comuna Libertador Bolívar?</p>

**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO.

#### 1.1. ANTECEDENTES.

##### **Reseña histórica de Libertador Bolívar.**

Cuenta la historia que en el año 1780 llegaron unos peregrinos, pero no se sabe con exactitud de donde provenían, de apellidos De La Cruz que al ver las bellas playas y los árboles frondosos quedaron e impactados y nunca más quisieron irse del lugar. Construyeron una primera vivienda en la playa, con características de una choza con techo de bijao, y cubrieron las paredes con lo que había a su paso ya que necesitaban cubrirse del sol y la lluvia.

Al pasar el tiempo, llegaron otras familias de apellido Floreano y Coronado y otros cuyo nombre se desconoce.

Las montañas silvestres cubrían hasta casi llegar a la playa, que la naturaleza había puesto para que todo hombre tuviera el sustento diario pero con esfuerzo y trabajo supieron ganarse el pan diario. Así comenzó, la vida los primeros pobladores de la comuna Libertador Bolívar.

##### **Nombre.**

El origen del nombre fue debido a los dos ríos el uno venía del norte y el otro del este; uno de los ríos atravesaba en medio al pueblo y es por eso el nombre de Atravezado. Dicho nombre ha causado polémica hasta el día de hoy debido a que según la nueva reforma española Atravezado se escribe con s pero, debido a que las documentaciones y registros de la comuna es tan escritos con z y es parte de nuestra historia seguirá hasta los comuneros lo quieran.

### **Economía.**

Los habitantes desde aquel entonces, para poder subsistir se dedicaron a la agricultura y ganadería; esta zona fue de gran prestigio había cosecha de paja toquilla, tagua ya que esta era exportada al exterior. Además esta tierra tan fructífera producía el plátano maíz yuca, naranja limón, maracuyá, lima zapote, mamey Cartagena, etc.

### **Cambio de nombre del pueblo.**

En el año de 1941 en la población estuvo asentada un grupo de las fuerzas armadas comandadas por el teniente Caicedo, allí en unión con él y los representantes del pueblo acordaron cambiar el nombre de Atravezado, por otro nombre, pero no fue posible. En el año de 1950 se logró cambiar el nombre anterior con el nombre de Libertador Simón Bolívar en honor al gran gestor libertario y padre de 5 naciones el general Simón Bolívar, además cuentan la historia que estuvo asentado por un tiempo un regimiento del Libertador Bolívar, que gracias a las gestiones que hicieron grandes personajes de nuestra historia como don Ángel Simón yagual quien con mucho esfuerzo trabajo y dedicación consiguió cambiar el nombre por parte del consejo cantonal de Santa Elena, por el de Libertador Bolívar

### **Se forma la comuna.**

En el año de 1930 la fuerte corriente del rio destruyo gran parte del malecón de la comunidad quedando solo una casa la del Sr. Juan de la Cruz. La comuna se fundó en el año de 1938 y fueron sus primeros cabildantes el Sr. José Méndez Floreano presidente, Manuel Izquierdo vicepresidente, Simón Brigidó secretario, Juan de la Cruz tesorero, Sr. Luís Moreno González sindico, la comuna quedo en acefalía por muchos años hasta el año de 1.970 cuando se volvió a reorganizar, gracias a dos ciudadanos llamados Alejandro Ángel y Félix de la Cruz y en unión con el abogado Juan Gomes Bureau en esa época rector del colegio Guillermo

Ordóñez, siendo aprobada por el ministerio de agricultura el 26 de Noviembre del mismo año.

De ahí en adelante la comunidad ha venido teniendo grandes cambios y reformas en sus reglamentos, una de sus principales reglamentos que se acordado en una reunión de comuna a la no venta de las tierras ancestrales.

### **Actividades Productivas.**

En estos últimos años se han sumado personajes e instituciones en el desarrollo turístico de la comuna Libertador Bolívar de las cuales como el Comité Playas del Pacifico, Cpr, Pmrc, Prodecos, Coastman, y Subsecretaria de Turismo. Además el 60% de la Población se dedica a la manufacturación de Artesanías de caña, zapan de banano, madera, balsa.

## **1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

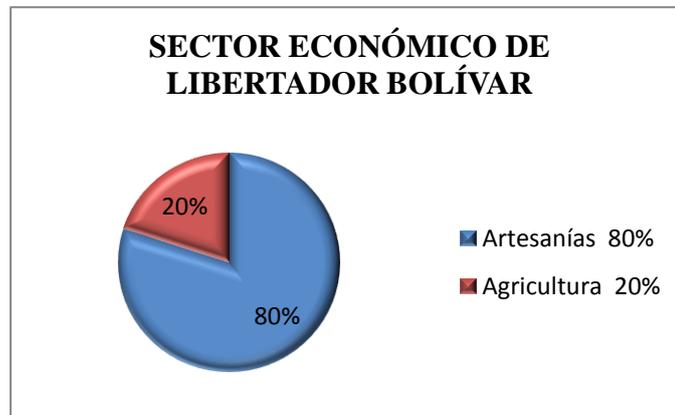
### **1.2.1. Análisis del Sector Socio- Económico.**

#### **1.2.1.1. Sector Económico de Libertador Bolívar.**

Libertador Bolívar es una comuna muy poblada donde la mayoría de sus habitantes se dedican al comercio; dentro de esta comunidad encontramos diferentes sectores económicos donde las artesanías representan el 80% de la población activa, la agricultura el 20%, esta comunidad busca mejorar el sector económico, turístico, etc., con el objetivo de ser reconocida a nivel nacional y extranjero ofreciendo un excelente servicio y atención a sus visitantes.

A continuación se presenta el grafico con el porcentaje que representa el sector económico artesanal en la Comuna Libertador Bolívar y la importancia que tiene este sector artesanal dentro del desarrollo socio-económico del sector.

**FIGURA N° 1. Sector Económico Libertador Bolívar.**



**Fuente:** Sector Económico Libertador Bolívar  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Al visitar este balneario llama mucho la atención que en cada casa encontramos talleres donde se produce y se comercializa artesanías elaboradas de diferentes materiales hechos de fibra natural, caña guadua, cabuya, algodón, paja toquilla, fibra de banano o plátano, coco, madera (cedro, teca) muebles y tagua.

Las artesanías con mayor comercialización dentro del sector son las elaboradas con el marfil vegetal o tagua, la creatividad que utilizan estos artesanos se refleja en cada artículo que elaboran con una eficiencia innovadora y unos acabados que llaman la atención por los visitantes que adquieren las artesanías, entre ellas encontrar diferentes figuras marítimas creativas, collares, aretes, adornos etcétera.

### **1.2.1.2 Las artesanías.**

#### **1.2.2.1. Definición de artesanía.**

Las artesanías son las manifestaciones artísticas o lenguajes populares de las etnias indígenas en Ecuador. Las artes indígenas son apreciadas de buena manera ya que dentro de este arte hay artesanías como: tejidos, cerámica, joyería y otras aplicaciones que en el Ecuador se puede encontrar.

“La artesanía está considerada como un proceso histórico de creación colectiva con un móvil primario de actividad creadora que constituye la necesidad de tipo social. Su realización como obra tiende a reflejar una conciencia empírica de los bienes culturales, por su esencia es considerada como portadora de la cultura popular tradicional”. (Verdecia: 2008, 27).

Si bien es cierto, las artesanías se han convertido en un factor muy importante para aquellos pequeños y grandes productores que se dedican a elaborar diferentes artículos artesanales por varias décadas.

Las artesanías del Ecuador se caracterizan por su heterogeneidad, la tradición y la admiración por las personas que adquieren estos productos en el entorno geográfico en el cual se desarrollan, la creatividad y la habilidad que utilizan hacen de sus raíces indígenas una tradición peculiar diferenciándose por los materiales que emplean en la elaboración y autenticidad del diseño creado por las manos del artesano.

#### **1.3.1.2. Clasificación de las artesanías.**

##### **Artesanías Indígenas.**

Los diferentes tipos de artesanía indígena se manifiestan como verdaderas obras de arte. Las formas ancestrales tradicionales no se han perdido y se han venido manteniendo vivas entre estos pueblos.

Entre los tipos de artesanía indígena u objetos etnográficos se encuentran; la cestería o tejidos duros, los tejidos blandos (chinchorros, hamacas, bolsos, bandas porta-bebé, vestidos y guayucos) y sus telares, la alfarería o cerámica, las tallas en madera, los adornos corporales, los instrumentos de caza y pesca, los instrumentos musicales, etc.

### **Artesanías Populares.**

Es la producción de objetos útiles y al mismo tiempo, estéticos, realizada de forma anónima por el pueblo que exhibe completo dominio de los materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad, producción realizada como oficios especializados que se transmiten de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, cuyas tradiciones están constituidas con 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.**

Es la producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyos procesos se sincretizan elementos técnicos y formales procedentes de otros contextos socioculturales y otros 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 tiende a destacar la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo que se emplea en cada artesanías ya que prevalece las cultura y sobre todo las tradiciones que se originan adaptándose a nuevos cambios tecnológicos.

#### **1.3.1.3. Cadena de valor y encadenamiento de las artesanías.**

A continuación se presenta el valor de los procesos de producción de las artesanías que contiene las diferentes técnicas que mejoran el sistema de evolución de los procesos que se emplea a cada producto artesanal, en base a la importancia que tiene la cadena de valor y los diferentes sectores estratégicos enmarcados en los encadenamientos que se emplea en los diferentes técnicas para el respectivo seguimiento, es por esto que a continuación se presenta la

importancia que emplea este sistema en los diferentes procesos que emplearán las diferentes sectores dedicados a esta actividad.

**FIGURA N° 2. Cadena de valor de las artesanías.**



**Fuente:** Boletín de Análisis Sectorial Mipymes No.23-Mipro.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Según el Banco Internacional de Desarrollo (BID) permite analizar los diferentes procesos de producción donde existen diferentes ramas productivas de las cuales requieren insumos (materia prima), para su respectivo proceso de transformación del cual debe de ser sometido para obtener una excelente comercialización así los consumidores finales donde se detalla en encadenamiento productivo obteniendo grandes productos creativos dándole el valor agregado respectivo.

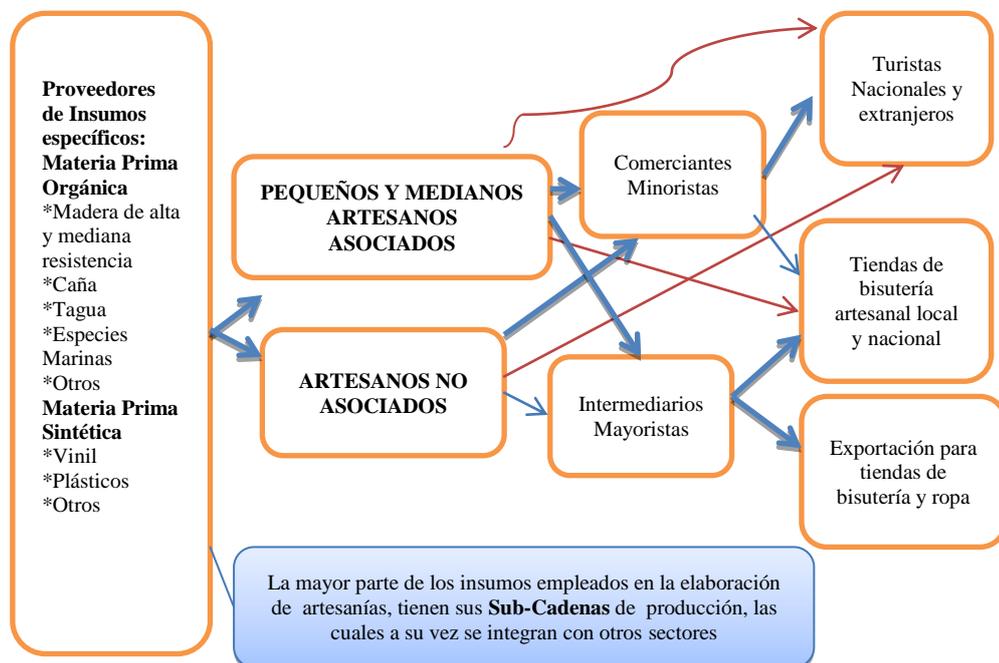
### **Encadenamiento de las Artesanías.**

Uno de los factores importantes que tiene el sector artesanal en sus procesos productivos es la relación que directa de las materias primas con los diferentes procesos de fabricación, que en gran mayoría se derivan principalmente de las importaciones teniendo en cuenta que la producción en el país no es tan concurrente pero sin embargo existes sectores que son principales distribuidores

de insumos que provienen de la industria nacional agroforestal valorizándolos en sub –cadenas de producción.

Mientras que en la elaboración y comercialización están inmersos los sectores de manufactura y comercio.

**FIGURA N° 3. Encadenamiento de las artesanías.**



**Fuente:** Boletín de Análisis Sectorial Mipymes No.23-Mipro.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

### 1.2.2. Las artesanías en el Ecuador.

El Ecuador es un país rico en cuanto a las actividades económicas que se desarrolla en cada sector, una de las ventajas que tiene el país es el nivel de desarrollo de pequeños y medianos sectores que hasta el momento se han convertido en los más potenciales del país como lo es el sector artesanal, a continuación se detalla provincias que se dedican a esta rama que actualmente forma parte de la matriz productiva:

**Manabí:**

La provincia de Manabí se caracteriza por la calidad de artesanías que elaboran, entre ellos se encuentran algunos productos elaborados de paja toquilla, tagua, madera y cerámica; uno de estos productos que se elabora en esta provincia son los sombrero elaborado de paja toquilla que a nivel mundial lo conocen como Panamá Hat. Cabe recalcar que esa ciudad jamás a deja sus tradiciones como la elaboración de artesanías utilitarias tales como: petates, olla de barro, hornos etc. Y sin dejar de mencionar las artesanías decorativas que también destacan las habilidades de los artesanos que entre las destacada tenemos; los destacados sombreros de paja toquilla, muebles, jutes de madera, artículos de tagua, concha, zapan, caracol y piedra.

### **Esmeraldas:**

Esta provincia es una de las más visitadas por los turistas nacionales o extranjero su biodiversidad encanta y su naturaleza hacen de este ciudad uno de los atractivos más concurridos del Ecuador. No podemos dejar de mencionar el sector artesanal que es uno de las secciones desarrolladas en la economía, esmeraldas se caracteriza por elaborar artesanías de: coco, tagua, semillas, calzado, madera, fibras naturales entre otros

### **Otavalo:**

Este lugar es uno de los más importantes en el ámbito artesanal ya que se puede encontrar diferentes productos artesanales tales como: tejidos coloridos de lana, joyas hechas de piedra, tagua, plata y otros tipos de cristales, de esta manera Otavalo se convierte en uno de los lugares más visitados por la confección de las artesanías de tejidos lo que hace que sus artesanas puedan confeccionar sus creatividades a través de estos tejidos que posteriormente son los más adquiridos por sus visitantes sin desmerecer sus otras artesanías y el arte que construyen con sus manos, siendo esta una tradición para quienes ejercen esta actividad.

### **Quito:**

La capital del Ecuador se encuentra diferentes sectores donde elaboran y comercializan artesanías, las personas que acostumbrar a visitarla en diferentes épocas del año pueden encontrar incomparables artesanías fabricadas en: tejidos textiles coloridos, tallados en madera entre otros artículos, pinturas, joyería, sombreros de paja toquilla.

### **Cuenca:**

Cuenca es una ciudad pequeña pero muy rica, cuenta con algunos encantos turísticos sus hermosos paisajes hacen de esta ciudad uno de los atractivos con mayor frecuencia de turistas, sus habitantes se destacan por la gran capacidad de trabajo, esta ciudad cuentan con algunos sectores económicos tales como: agricultura, ganadería, artesanías. Las artesanías que se producen son: cerámica, tejidos, madera, platería, bordados, etc.

#### **1.2.2.1. Producción y variedades de Artesanías en el Ecuador.**

Los principales productos del sector son:

### **Paja toquilla:**

La paja toquilla es una fibra vegetal símbolo de la identidad y arte para el país, se utiliza para elaborar diferentes productos tales como: sombreros, cascos, bolsos, carteras, cesto y accesorios entre otros.

### **Fibra de Abacá:**

El abacá o cáñamo tiene una apariencia similar al banano, pero es completamente diferente en sus propiedades y uso. El abacá por los nieles de calidad y resistencia que presenta se produce y se comercializa en países como estados Unidos, Egipto, Japón, entre otros.

Esta fibra es utilizada principalmente para la producción de bolsas de té, papel de seguridad de alta calidad, papel moneda e higiénico, pañales, servilletas, filtro para maquinarias, textiles para hospitales, paneles de vehículos, cables de conducción eléctrica y redes de pesca por su resistencia de aguas saladas.

En el Ecuador existen diferentes zonas de cultivo como son las provincias de Pichincha, Esmeraldas y Manabí aunque las principales zonas de productoras de esta materia prima se encuentran en la Concordia y Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **Cerámica, Barro, Loza y Porcelana:**

Estas artesanías forman parte de nuestros antepasados las primeras culturas prehistóricas alfareras representadas al Ecuador fueron la Valdivia, Tolita, de esta manera el país posee cerámicas más antiguas que forman parte de su cultura. En la región interandina en la actualidad siguen esta tradición de generación en generación la elaboración de artesanías de este tipo material representa una cultura de sus ancestros, los productos que se derivan de este material son adornos, esculturas, juguetes, instrumentos musicales, murales y máscaras.

### **Joyería:**

Las joyas han evolucionado convirtiéndose en una necesidad por lucirlas de manera eficiente ya que en los últimos años se han sometido a cambios que en la actualidad se destacan por su belleza y valor que tienen, dentro del Ecuador existe diferentes lugares que se dedican a la elaboración de esta rama artesanal donde existen diferentes combinaciones con el oro, plata que funcionan también con la concha spondylus, concha nácar, bambú y otros estos materiales de esta manera se elaboran aretes, collares, anillos, pulseras etc.

### **Tagua:**

La tagua es una palma de nombre científico *Microcarphas Phitelephas* que popularmente se conoce como, corozo, mococho, marfil vegetal, existen diferentes sectores en el país que se dedican al cultivo de la misma obteniendo como productos las bisuterías, botones, juguetes y adornos los mismos que son comercializados a nivel nacional.

### **Madera:**

La madera es una materia prima con mayor poder adquisitivo para las personas que se dedican a explotarla, esta se encuentran en los árboles y aparte más productiva y que los artesanos sacan provecho para elaborar productos es la parte más sólida que se encuentra debajo de la corteza sacando así productos con gran utilidad tales como mesas, sillas, muebles, juegos de comedor, cama, adornos decorativos, esculturas y variedad de artículos que se puede elaborar a base de madera ya que es una de las herramientas mas populares dentro de los diferentes procesos de transformación de grandes productos terminados, sin embargo esta materia prima debe de ser correctamente utilizada sin necesidad de afectar al medio ambiente.

### **1.2.3. Las Artesanías en la provincia de Santa Elena.**

La provincia de Santa Elena se la conoce como una de las provincias más jóvenes del país y como uno de los balnearios más visitados, y preferidos por los turistas. Esta provincia cuenta con diferentes sectores productivos del cual sus habitantes sacan provecho ya que se cuenta con materia prima dentro del sector.

Uno de los sectores con mayor productividad es la elaboración, producción y comercialización de artesanías donde esta actividad es una de las principales en los diferentes lugares destinados de la Ruta del Spondylus.

Si visitamos las diferentes comunidades que pose no solo la Ruta del Spondylus si no toda la provincia podemos encontrar diferentes zonas de cultivo de la materia

prima que se utiliza para elaborar productos artesanales con el arte y la habilidad que caracteriza las manos de cada artesano, sin embargo esta manera de trabajar implica la importante el peso que tiene las artesanías en los ingresos económicos que se obtiene que cada familia dedicada a este sector productivo.

Dentro de los materiales que se produce la provincia de Santa Elena tenemos: paja toquilla, tagua, caña, madera (teca, cedro).

Instrumentos que son cultivaos en diferentes sectores comunitarios en la Ruta del Spondylus, entre ellos encontramos:

#### **Las Núñez - La Entrada:**

En estas comunidades encontramos artesanías realizadas con papel reciclado ya que en la actualidad una manera de cultivar y ayuda a la biodiversidad de nuestro país.

Asimismo encontramos productos elaborados con zapan de banano, paja toquilla, artesanías de bambú, cortinas porta vinos, ceniceros, figuras de aves, porta retratos, juego de sala, cómodas etcétera.

#### **San José – Olón**

En esta comunidades se elaboran diferente prendas de vestir usando que usualmente son lucidas en épocas de playa, la creatividad de los artesanos dedicados a esta rama, por otra parte encontramos la talleres de balsas donde con este material elaboran cajas, esta comunidad también elabora productos de toquilla, tagua y adicionalmente elaboran joyas de concha perla y de spondylus.

#### **Montañita - Dos Mangas**

La paja toquilla, material que se utiliza mucho en estos sitios turísticos en donde sus visitantes se quedan impresionados de la alta creatividad que tiene un artesano desde elaborar una simple paja en un producto terminado como son los bolsos, carteras, gorros, adornos, sombreros, cestos, llaveros en fin una amplia variedad de productos que son muy bien ubicados y localizados en la provincia.

### **Cadeate- San Antonio**

Dentro de estas comunas encontramos productos elaborados de la caña guadua y bejuco, entre ellos están: la elaboración de lámparas, tallados de maderas.

### **Sitio Nuevo**

Sitio nuevo es una comunidad que queda al este de la comuna de Libertador Bolívar, en esta comuna se desarrolla muchos las artesanías hechas de taguas específicamente tallados de excelente calidad, juegos muy populares como el ajedrez, figuras, etc.

### **Valdivia**

La comuna Valdivia se la conoce por ser una de las primeras culturas que habita en nuestro territorio en esta comunidad mantienen su tradición que es la elaboración de hermosas y creativas cerámicas.

### **Sinchal**

Esta comunidad encontramos diferentes artesanías que se elaboran y se comercializan dentro y fuera del sector dentro de ella podemos encontrar los productos elaborados de paja toquilla, tagua, yute, balsas talladas en oro, plata, decorados con piedras preciosas, concha spondylus, perlas, etc.

### **Barcelona**

La producción y comercialización de la paja toquilla es una actividad característica en un 80% de sus habitantes.

### **Libertador Bolívar**

Dentro de la provincia de Santa Elena encontramos diversas comunas dedicadas al sector artesanal pero una de las comunas que más ha llamado la atención en su actividad artesanal es la de Libertador Bolívar ya que las artesanías forman parte principal de la actividad económica del sector.

Este sector artesanal es muy conocido a nivel nacional ya que ofrece calidad y variedad en sus productos, las artesanías que se elaboran en este sector son:

Las artesanías de madera donde se logra elaborar excelentes muebles, juegos de comedor, juegos de dormitorios, sillas, artículos varios, etc., también encontramos artesanías elaboradas de caña guadua, paja toquilla, y tagua sin embargo las artesanías mas representativa con la que cuenta este sector artesanal es la elaboración de productos derivados de la madera y fibra de abacá.

#### **1.2.4. Producción.**

##### **1.2.4.1. Definición de producción.**

Podemos definir que la producción es el conjunto de procedimiento, métodos o técnicas que permiten la obtención de bienes y servicios implementando decisiones que puedan mejorar el sistema del producto incrementando nichos de mercados satisfaciendo necesidades y complementándose en los diferentes procesos de producción que mejoren los sistemas de servicio que se ofrecerá realizando procesos que viabilicen la producción y beneficien los procesos.

#### **1.2.4.2. Procesos de producción.**

Los procesos de producción son conjuntos de acciones sucesivas realizadas con la intención de conseguir un resultado en un determinado tiempo obteniendo la transformación de productos mediante las habilidades técnicas que se utilizan en la ejecución y fabricación de productos.

Los procesos de producción constan de tres elementos primordiales en el área de producción:

**Insumo:** material que se emplea para el proceso de fabricación

**Producto:** resultado que se obtiene en el sistema de elaboración y producción.

**Operaciones:** período de transformación para la transformación en productos terminados.

#### **1.2.4.3. Estrategias de producción.**

Al formular estrategias de producción es necesario tener en cuenta el valor agregado que se va a emplear a los productos o servicios que se ofrece estas estrategias nos ayudara a determinar que decisiones se debe tomar en cuanto a las ventajas competitivas a mediano o largo plazo, los objetivos que busca la estrategia de producción son:

- a) Costo
- b) Calidad
- c) Flexibilidad
- d) Plazo de entrega
- e) Servicio
- f) Medio ambiente.

Los fines que buscan los objetivos de las estrategias de producción se basan la importancia que tiene la cadena de valor para los pequeños y grandes productores en donde el producto se basa en el artículo estrella de la empresa.

Dentro de estas estrategias es muy importante mencionar la cadena de valor que según “Michael Porter señala la cadena de valor es una forma de obtener ventaja competitiva mediante los beneficios que generan los consumidores”. Es decir que se maneje con total fluidez los distintos procesos de que permitan obtener competitividad en base a productos y servicios con estrategias de diferenciación.

El desarrollo productivo de las artesanías no solo busca mejorar el sector artesanal productivo, sino que explore diferentes sectores en donde la productividad oriente a abrir nuevos mercados fortaleciendo los principales sectores del país.

#### **1.2.5. Definición de calidad.**

Calidad es un concepto utilizado con mucha frecuencia en la actualidad, pero a su vez, su significado es percibido de distintas maneras. (Vásquez, 2007).

Mientras un producto satisfaga las necesidades de los clientes obtiene calidad, esta variable dentro del mercado es medible por eso busca la eficiencia en cada producto para de esta manera llegar a ser competitivo

##### **1.2.5.1. Sistema de control de calidad.**

Dentro del sistema de calidad que se debe manejar en toda empresa dedicada a cualquier tipo de actividad tenemos las normas ISO en donde se respalda la calidad en forma exigente y necesaria dentro de los productos a ofrecer al consumidor y de esta manera obtener el éxito no solo del producto o servicio sino la mejora continua y las exigencias que emplea el mercado actual.

## **1.2.6. Comercialización.**

### **1.2.6.1. Concepto de comercialización.**

La comercialización dentro de mercados económicos juega un papel muy importante ya que es una forma de comercializar productos de los cuales los clientes se sientan identificado, en la actualidad los fundamentos teóricos permiten desarrollar varios procesos que ayudan a fundamentar las estrategias que se utiliza al momento de lanzar un producto o servicio al mercado.

Dentro de este de este conjunto de actividades que tiene la comercialización podemos decir que el único objetivo que tiene es cumplir con la empresa de tal manera que el producto o servicio llegue eficientemente a la mente no solo del productor sino también a la del consumidor, es así que esta herramienta es fundamental dentro del mercado porque desarrollen diferentes estrategias técnicas y de venta que servirán para el correcto manejo de las diferentes procesos de comercialización que se va a utilizar dentro de las empresas tomando como referencia los diferentes canales de comercialización con los que la empresa se sientan a gusto con los sistemas a implementar.

## **1.2.7. Oferta y demanda.**

### **1.2.7.1. Definición de oferta.**

Se conoce como oferta a la cantidad de bienes, productos o servicios que se exponen en el mercado bajo una sin número de condiciones en donde el precio es una de las variables que determina la dinámica que se tienen en el mercado.

### **1.2.7.2. Definición de demanda.**

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que solicitan los compradores donde intentan adquirir en el mercado a un determinado producto.

Dentro de la demanda uno de los factores que influyen son; los gustos y preferencias que tienen para determinado producto convirtiéndose en un hábito de compra logrando la fidelidad y el reconocimiento del producto hacia el mercado.

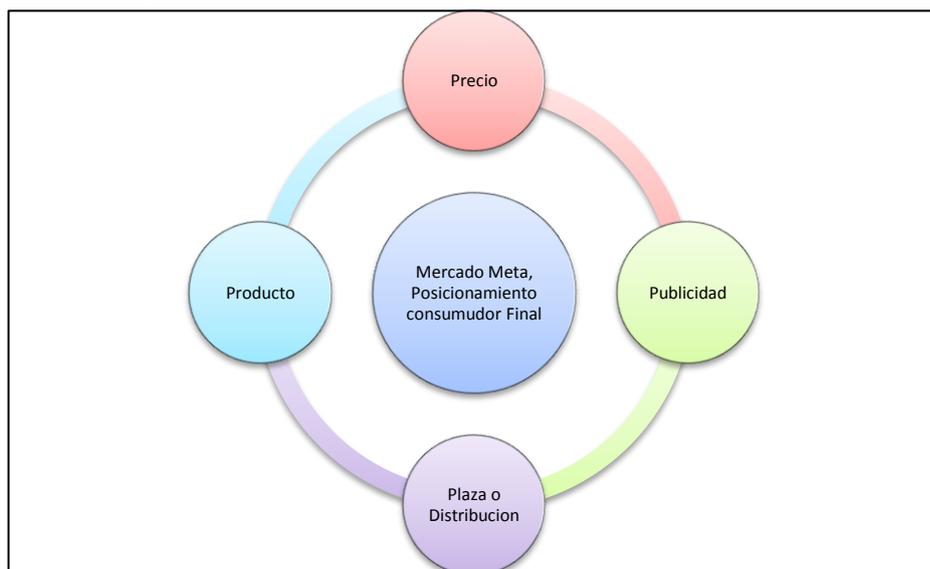
### 1.2.7.3. Estrategias de comercialización.

Las estrategias de comercialización son variables controladas de la empresa, que satisfacen las necesidades de los consumidores; dentro de esta rama estratégica se busca entrar a nuevos mercados de tal manera que el producto que se ofrece tengan un impacto no solo a nivel local si no a nivel nacional permitiendo la penetración del mercado del producto o servicio que se ofrezca.

Sin embargo para que exista una eficiente comercialización de los productos, es necesario desarrollar las cuatro variables que se utilizan en el Marketing conocidas como “las cuatro P” que a continuación se detalla:

**FIGURA N° 4. Estrategias de Comercialización**

Fuente: Estrategias de Comercialización



Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**Precio:** es el valor monetario que las personas están dispuestas a pagar por un determinado producto o servicio.

**Producto:** es el efecto de un proceso de fabricación que a través de una marca, calidad o forma, se lo reconoce en el mercado económico.

**Publicidad:** es la forma de comunicar y llegar a la mente de los consumidores, promoviendo así el reconocimiento del producto o servicio que se ofrece, con la finalidad de atraer a nuevos o posibles clientes.

**Plaza o Distribución:** es una herramienta del marketing que se encarga de distribuir los productos.

#### **1.2.7.4. El servicio al cliente.**

El tener un enfoque bien definido hacia el cliente y una orientación hacia el servicio constituye un reto para toda organización, el servicio que se ofrece a los clientes es importante siempre y actualmente constituye un elemento básico para el éxito o fracaso de muchas empresas, ya que una relación cordial entre el proveedor y el cliente y sobre todo una relación comprensiva ante cualquier tipo de reclamo conforman una ventaja competitiva.

#### **1.2.8. Empresa.**

##### **1.2.8.1. Definición de empresa.**

La empresa es una organización dedicada a diferentes actividades entre ellas se encuentra las industriales, mercantiles, de prestación de servicios con fines lucrativos., su ente económico se basa en sectores productivos: personas, capital y trabajo. Las empresas establecen unidades económicas para el desarrollo de la

humanidad ya que son entidades capaces de satisfacer necesidades mediante la producción de bienes y servicios.

#### **1.2.8.2. Clasificación de empresas.**

Las empresas se clasifican por su tamaño:

**Grandes:** Aquellas que su constitución soporta grandes cantidades de capital, y un gran número de trabajador e ingresos anuales el número de los trabajadores excede a 100 personas.

**Medianas:** Aquellas que son formadas con capital propio y el número de trabajadores y el nivel de ingresos son limitados cuentan con una capacidad superior de 20 trabajadores e inferior a 100.

**Pequeñas:** se dividen en:

**Pequeña:** El capital que posee y su número de trabajadores son muy reducidos al igual que sus ingresos, el número de trabajadores no exceden de 20 personas, sin embargo están teniendo una evolución en los últimos años.

**Micro:** Aquellas que cuentan con un capital muy restringido ya que depende de las personas que la constituyen, el número de trabajadores no exceden de 10 personas, tienden ser las mas desarrollada ya que cuentan con personal capacitado a pesar de ser pequeña.

**Familiares:** Aquellas que son constituidas por grupos de familia, convirtiéndose en una unidad productiva con mucho carácter empresaria fomentando el nivel emprendedor y empresarial con la cuenta su grupo humano.

### 1.2.8.3. Definición de Mipymes.

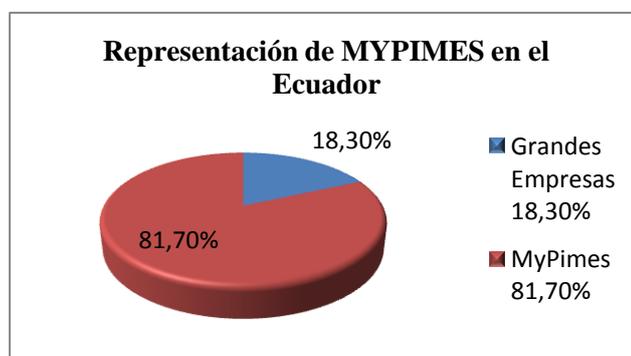
Se define como Pymes al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción presentan características de este tipo de entidades económicas. Es así que las Pymes se han convertido en la fuerza laboral que desarrolla sectores productivos con mayor valor agregado.

#### 1.2.8.3.1. Las Mipymes en el Ecuador.

En el Ecuador el sector empresarial ha tenido una participación muy eficiente en los mercados nacionales, optando por ser una de los sectores más participativos y con mayor evolución en los últimos años, es así que las pequeñas y medianas empresas están constituidas en un rango de 0 hasta 100 empleados con un porcentaje del 81,70%, cifra que representa la evolución y la presencia de nuevos sectores emprendedores con mentalidad empresarial, de esta manera las empresas ecuatorianas de una manera particular pertenecen a ese rango con un reconocimiento a nivel nacional que fue designado según investigaciones que fueron publicadas de diciembre del año 2010 de ENEMDU.

A continuación se presenta la gráfica del porcentaje de participación de las pymes en el Ecuador.

**FIGURA N° 5. Representación de Mipymes en el Ecuador**



Fuente: Inec 2010-Ecuador En Cifras.  
Elaborado por: Lissette Solorzano Cedeño.

**Fortalezas de las Pymes:**

1. Representan el 95% de las unidades productivas
2. Generan el 60% del empleo
3. Participan del 50% de la producción
4. Amplio potencial redistributivo
5. Capacidad de generación de empleo
6. Amplia capacidad de adaptación
7. Flexibilidad frente a los cambios
8. Estructuras empresariales horizontales

**Debilidades de las Pymes:**

1. Insuficiente y/o inadecuada tecnología y maquinaria para la fabricación de
2. productos
3. Insuficiente capacitación del talento humano.
4. Insuficiencia de financiamiento.
5. Insuficiente cantidad productiva
6. Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en otros países.

En el Ecuador existen 1.812 establecimientos dedicados al sector artesanal según el Centro de Investigaciones Económicas y de la micro, pequeña y medianas Empresas (2012). Así mismo los establecimientos dedicados solo a las artesanías en general son 905 seguidos de las artesanías de madera que son 1 rededor de 750 establecimientos en el Ecuador.

Sin embargo se toma en consideración la importancia con la que cuenta este sector ya que por años ha venido evolucionando de tal manera que forman parte imprescindible del cambio que tienen frente a los diferentes procesos de desarrollo y evolución de sectores artesanales.

### CUADRO N°3. Establecimientos de artesanías y joyas.

Establecimientos de Artesanías y Joyas	
Rama de Actividad	Número de Establecimientos
Artesanías en General	905
Artesanías de Madera	758
Artesanías de Cerámica	149
<b>Total artesanías</b>	<b>1.812</b>
Joyas	600
<b>Total artesanías y joyas</b>	<b>2.412</b>

Fuente: Boletín de Análisis Sectorial Mipymes No.23-Mipro.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Es decir que el sector artesanal se incluye dentro de las denominadas Mipymes ecuatorianas, las cuales representan entre el 90 y 95% del tejido empresarial del país, con un impacto promedio del 40% en el producto interno bruto (PIB) y un 60% en la generación de empleo directo según el Mipro.

### CUADRO N°4. Participación de ventas de las artesanías.

Ramas de Actividad	Ventas	%total
Artesanías en general	\$ 5.516.933	97,17
Artesanías de Madera	\$ 19.385	0,34
Artesanías de Cerámica	\$ 139.280	2,45
<b>Total Artesanías</b>	<b>\$ 5.675.598</b>	<b>99,96</b>
Joyas	1.840	0,04
<b>Total Artesanías y Joyas</b>	<b>\$ 5.677.438</b>	<b>100</b>

Fuente: Inec – Ecuador en Cifras.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

## 1.3. Entorno Político Legal.

### 1.3.1. Constitución de la República del Ecuador.

Dentro del capítulo cuarto soberanía económica de la Constitución de la República del Ecuador, podemos dar relevancia al artículo Art. 284.- Donde la política económica tiene como objetivo: “Incentivar la producción nacional, la

productividad y competitividad” dando de esta manera mayor interese a los sectores productivos como lo es el sector artesanal.

Otros de los artículos que dentro del proyecto es muy relevante es el 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.

Sin embargo el Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población de esta manera 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.

### **1.3.2. Plan del buen vivir.**

#### **Política 5.6. Promover relaciones exteriores soberanas y estratégicas, complementarias y solidarias.**

f.- Incorporar nuevos actores en el comercio exterior, particularmente provenientes de la micro, pequeña y mediana producción y del sector artesanal, impulsando iniciativas ambientalmente responsables y generadoras de trabajo.

#### **Política 6.5. Impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo.**

g.- Crear iniciativas de trabajo autónomo y comunitario, que aprovechen y fortalezcan conocimientos y experiencias locales, en relación prioritaria con demanda y necesidades locales.

h.- Apoyar líneas de producción artesanales que hacen parte de las culturas locales, la promoción. Rescate y fomento de técnicas, diseños y producción, así como a la revaloración y al uso de productos y servicios artesanales utilitarios de consumos cotidiano

j.- Promover los talleres artesanales como unidades de organización del trabajo que incluyen fases de aprendizaje y de innovación de tecnologías

**Política 11.2. Impulsa la actividad de pequeños y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.**

b.- Impulsar las pequeñas y medianas unidades productivas para el fortalecimiento y complementariedad territoriales, tanto a nivel nacional como en esquemas de integración regional

c.- Apoyar la producción artesanal de la calidad en todas las ramas, fortaleciendo los talleres como unidades integrales de trabajo y capacitación y recuperando saberes y prácticas locales.

f.- Capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras sobre las demandas internas de bienes y servicios a nivel local y regional.

### **1.3.3. Ley de defensa del artesano.**

Dentro de este proyecto de tesis es fundamental mencionar los derechos y deberes que amparan a cada artesano y para aquello existe la Ley De Defensa Del Artesano en el cual se ha citado los más relevantes dentro de este proyecto para 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.

Art. 2.- Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;
- b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;
- c) Maestro de Taller: Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos;
- d) Operario: Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;

- e) Aprendiz: Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo; y,

#### **1.3.4. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.**

Que, el Artículo 306 de la Constitución de la República dispone la obligación estatal de promover las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia del sector artesanal.

Dentro del artículo 22 del código de la producción está fomentar y fortalecer la economía popular y solidaria y comunitaria, el Consejo Sectorial de la Producción en el cual unas de las acciones es:

Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.

Dentro del primer capítulo del código de la producción donde se refiere al fomento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas Empresas (MIPYMES) tenemos el 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.

## **TITULO II**

### **De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción**

Art. 57.- Democratización productiva.- En concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas.

El Estado protegerá a la agricultura familiar y comunitaria como garantes de la soberanía alimentaria, así como también a la artesanía, al sector informal urbano y al micro, pequeña y mediana empresa, implementando políticas que regulen sus Intercambios con el sector privado.

#### **1.3.5. Ley de superintendencias de compañía.**

##### **1. Constitución Y Razón Social.**

Art. 36.- La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social.

La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía".

Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

Art. 37.- El contrato de compañía en nombre colectivo se celebrará por escritura pública, a continuación se detalla la importancia de este artículo.

Entre los socios no se puede admitir declaraciones de testigos para probar contra lo convenido, o más de lo convenido en la escritura de constitución de la compañía, ni para justificar lo que se hubiere dicho antes, al tiempo o después de su otorgamiento.

Art. 38.- La escritura de formación de una compañía en nombre colectivo será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil.

El extracto de la escritura de constitución de la compañía contendrá:

- 1.- El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman;
- 2.- La razón social, objeto y domicilio de la compañía;
- 3.- El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella;
- 4.- La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía; y,
- 5.- El tiempo de duración de ésta.

Art. 39.- La publicación de que trata el artículo anterior será solicitada al juez de lo civil dentro del término de quince días, contados a partir de la fecha de celebración de la escritura pública, por los socios que tengan la administración o por el notario, si fuere autorizado para ello. De no hacerlo el administrador o el notario, podrá pedirla cualquiera de los socios, en cuyo caso las expensas de la publicación, así como todos los gastos y costas, serán de cuenta de los administradores.

Art. 40.- Otro de los artículos que forman parte de esta ley y que se debe de tener en consideración para el respectivo proceso en este artículo ya que cuando se constituyere una compañía en nombre colectivo que tome a su cargo el activo y el pasivo de otra compañía en nombre colectivo que termine o deba terminar por cualquier causa, la nueva compañía podrá conservar la razón social anterior,

siempre que en la escritura de la nueva así como en su registro y en el extracto que se publique, se haga constar:

- a) La razón social que se conserve, seguida de la palabra "sucesores";
- b) El negocio para el que se forma la nueva compañía;
- c) Su domicilio;
- d) El nombre, nacionalidad y domicilio de cada uno de los socios colectivos de la nueva compañía; y,
- e) La declaración de que dichos socios son los únicos responsables de los negocios de la compañía.

Podrá también continuar con la misma razón social, la compañía que deba terminar por muerte de uno de los socios, siempre que los herederos de aquél consientan en ello y se haga constar el particular en escritura pública cuyo extracto se publicará. La escritura se registrará conforme a lo dispuesto en este artículo.

Art. 41.- este artículo es uno de los más importantes dentro de la Ley de Superintendencias de Compañía en el cual nos manifiesta que ya que si se prorroga el plazo para el cual la compañía fue constituida, o si se cambia o transforma la razón social, se procederá a la celebración de una nueva escritura pública, en la que constarán las reformas que se hubieren hecho a la original, debiendo también publicarse el extracto e inscribirse la nueva escritura.

## 2. Capacidad

Art. 42.- Las personas que según lo dispuesto en el Código de Comercio tienen capacidad para comerciar, la tienen también para formar parte de una compañía en nombre colectivo. El menor de edad, aunque tenga autorización general para comerciar, necesita de autorización especial para asociarse en una compañía en nombre colectivo, autorización que se le concederá en los términos previstos en el mismo Código.

### 3. Capital

Art. 43.- El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar.

Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

#### **1.3.6. Niif para Pymes.**

Las Niif para las Pymes establecen los requerimientos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar que se refieren a las transacciones y otros sucesos y condiciones que son importantes en los estados financieros con propósito de información general. También pueden establecer estos requerimientos para transacciones, sucesos y condiciones que surgen principalmente en sectores industriales específicos. Las Niif se basan en un Marco Conceptual, el cual se refiere a los conceptos presentados dentro de los estados financieros con propósito de información general. Para las Pymes es de gran importancia conocer sobre la aplicabilidad de las Niif.

Niif 1.- Adaptación por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera busca la transparencia en cada estado financiero y la regularidad de esta norma al momento de adoptarla por primera vez en la empresa y trabajar mediante las políticas de la empresa.

Esa Niif contempla los lineamientos de todos los estados financieros que se debe cumplir para la presentación de los mismos cuando son adoptados por primera vez al momento de emprender una empresa para que tenga una correcta dirección.

## Nic 2.- Inventario

Los inventarios son activos mantenidos para ser vendidos en el curso normal de operación, en proceso de producción esa venta, en forma de material o suministros para ser consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios.

Las empresas deberán suministrar información acerca de los movimientos históricos en el efectivo y sus equivalentes a través de un estado que los clasifica según su origen, actividades de operación, inversión o de financiación.

## Nic 7.- Estado De Flujo De Efectivo

Tratamiento contable de los inventarios, o que incluye la determinación del costo. El costo o el valor neto realizable.

## Nic 16.- Propiedad Planta Y Equipo

Esta Nic establece los principios para el reconocimiento inicial y la valoración posterior de la propiedad planta y equipo donde las empresas deberán tener en consideración estas normas internacionales de contabilidad que ayudara a la perfecto manejo de los diferentes instrumentos que se implementaran en las diferentes entidades que establezcan este norma beneficiando a la empresa, permitiéndoles cambiar de acuerdo a las reformas que pueda tener.

### **1.4. Análisis Del Macro Entorno.**

#### **1.4.1. Participación de las exportaciones e importaciones artesanías del Ecuador en el mundo.**

El Ecuador ha tenido diferentes evoluciones a nivel internacional ya que ha crecido poco apoco pero sin embargo en los últimos años según el censo 2010

donde ha tenido una baja representación en cuanto a las exportaciones de artesanías con un porcentaje de 0.03% en los mercados internacionales, pero sin embargo el país puede crecer y mejorar los sectores productivos ya que su principal destino potencial es Estados Unidos, así mismo los principales destinos de comercio mundial son Europa y Asia que efectivamente se deberá fortalecer estos sectores productivos para mejorar el sector artesanal en el país.

A continuación se presenta el cuadro con la respectiva representación que tienen las artesanías en el mundo:

**CUADRO N°5. Participación de las artesanías del Ecuador en el Mundo.**

Descripción	Exportaciones		Importaciones	
	% total Latinoamérica	% total mundo	% total Latinoamérica	% total mundo
<b>Artesanías en General</b>	1,98	0,006	2,7	0,034
<b>Artesanías en madera</b>	0	0	0	0
<b>Artesanías en cerámica</b>	2,05	0,002	5,45	0,065
<b>Total de Artesanías</b>	0,17	0,003	1,27	0,035

Fuente: Boletín de Análisis Sectorial Mipymes No.23-Mipro.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

#### **1.4.2. Exportaciones de las Artesanías.**

Las exportaciones en el continente latinoamericano han tenido una evolución, muy representativa donde empiezan a tener mayor evolución y representación para el país convirtiendo en uno de los sectores explotados y ricos en base al desarrollo y progreso que ha obtenido en los últimos tiempos, haciendo referencias con sus diferentes evoluciones y procesos que han logrado a través del desempeño de la calidad y fabricación de cada artículo artesanal.

Como se observa en la tabla el país con mayor exportación de artesanías es Brasil con un 33,25%, en cuanto a Ecuador exporta 66.53% en artesanías y joyas.

**CUADRO N°6. Exportaciones de artesanías.**

País	Miles de Dólares	%total
Paraguay	61,1	0
Uruguay	7,1	0
Perú	215	0,01
México	1.939,00	0,05
Ecuador	66.533,60	1,85
Bolivia	207.034,70	5,75
Colombia	579.281,80	13,96
Argentina	579.281,80	16,08
Chile	1.046.371,90	29,05
Brasil	1.197.440,40	33,25
<b>Total general</b>	<b>3.601.558,50</b>	<b>100</b>

Fuente: Boletín de Análisis Sectorial Mipymes No.23-Mipro.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

## 1.5. ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO.

El comercio se basa en la pesca y turismo. La Península tiene algunos puertos pesqueros: Santa Rosa, San Pedro y Chanduy los más importantes centros de la zona, potenciales económicos que antes eran administrados desde la Provincia del Guayas.

Los tres municipios manejan anualmente 37 millones de dólares. Las principales fuentes de ingresos las asignaciones del Estado y los impuestos la península de Santa Elena tiene dos grandes falencias según las autoridades. La Atención a la salud y el alcantarillado.

En el Ecuador, el salario mínimo lo fija en el Ministerio de Relaciones Laborales. Este salario comprende jornadas de 40 horas semanales, de las cuales se rige para el sector diferentes sectores privado incluyendo al siguiente grupo:

- ✓ Campesinos.
- ✓ Trabajadores de la pequeña y mediana industria.
- ✓ Trabajadores del servicio doméstico.
- ✓ Artesanales.
- ✓ Sector agrícola y del sector de las maquilas.

El salario mínimo en el país es de \$318 al mes.

## **1.6. PERSPECTIVA DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO.**

Según los datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) el Ecuador está entre los tres países que más han reducido la pobreza y la desigualdad en la región los diez últimos años.

### **1.6.1. PIB del sector.**

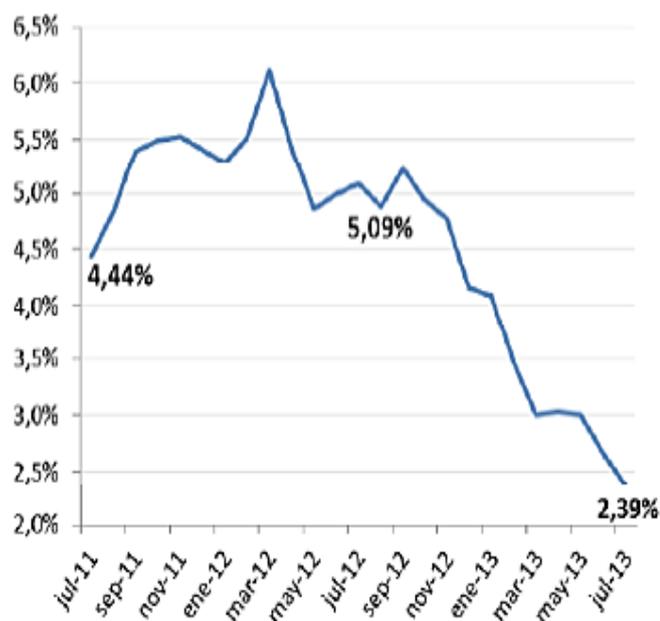
El PIB del Ecuador tuvo un crecimiento de 3,5% en el primer trimestre del 2013 según cifras oficiales del Banco Central.

Las actividades económicas que más contribuyeron en términos anuales al crecimiento del PIB del primer trimestre de 2013 fueron la construcción (0,79%)

### **1.6.2. Inflación.**

Es importante que dentro de este conocer la inflación con la que cuenta el Ecuador según el mes de Junio del presente años dice que cuenta con un porcentaje de 2,39% a continuación se muestra la evolución de la inflación anual durante los dos últimos años.

**FIGURA N° 6. Evolución de la Inflación.**



Fuente: Ecuador En Cifras.

Elaborado Por: Lissette Solórzano Cedeño.

## 1.7. ENTORNO SOCIAL.

En la actualidad el sector artesanal forman parte muy importante dentro del Ecuador, ya que la creatividad y la capacidad que tiene cada artesano involucra el desarrollo de nuevos canales productivos abriendo así nuevos mercados no solo nacionales sino internacionales, de esta manera el desarrollo y evolución de los sectores productivos el país forman partes de cambios positivos que sumergen al desarrollo de los diferentes sectores que se dedican a esta actividad.

Sin embargo la competitividad es una tendencia puesto que los consumidores toman en cuenta la innovación y la calidad que se emplea. Por lo consiguiente este proyecto de investigación se caracteriza de la elaboración y comercialización de artesanías que dentro del país es uno de los sectores más comercializados y reconocidos a nivel nacional e internacional optando por adquirir productos

artesanales ya sea por la variedad de diseños que se ofrece o por la tradición de su identidad cultural. Sin embargo de esta manera las artesanías se han fortalecido considerándolo como uno de los sectores con mayor salida en cuando a la venta de productos hecho con diferentes materiales artesanales. Y por ende dentro de la provincia de Santa Elena no se cuenta con un lugar adecuado donde se pueda elaborar, producir y comercializar las diferentes innovaciones artesanales que ayudarían al sector socio-económico de la región.

### **1.8. FACTOR TECNOLÓGICO.**

El uso de la tecnología dentro del país tiene muchas ventajas en sectores estratégicos, ya que la implementación de tecnología agiliza la adaptación de cambios que se sumergen a la creciente competitividad del mercado.

En cuanto a cualquier proyecto que necesite de una tecnología sofisticada que respalde los procesos de creatividad e innovación a momento de elaborar cualquier tipo de producto servicio ya que uno de los factores importante que tienen las empresas en la actualidad es la implementación de tecnología, de tal manera que pueda adaptarse a las tendencias del mercado involucrando a clientes, proveedores y distribuidores mejorando su productividad en caso de empresas productoras y comercializadoras de productos.

De esta manera cumplirán y abarcaran las exigencias que tienen el mercado con la finalidad de satisfacer al cliente mediante el servicio y la calidad que ofrecen de los productos que ofrecen al mercado y a los consumidores. Sin embargo es esencial mencionar que el factor tecnológico se utiliza como una ventaja competitiva que brindara a las empresas mayor desenvolvimiento y estabilidad en el mercado dentro de cualquier sector a desarrollar logrando alcanzar la excelencia de los productos o servicio a brindar incrementando así el poder de participación de la empresa en el ambiente interno y externo.

## 1.9. ANÁLISIS F.O.D.A.

El análisis F.O.D.A permitirá estudiar la situación estratégica del sector artesanal en el Ecuador, considerando factores que transcurren dentro o fuera del sector artesanal, analizando las diferentes áreas con las que el sector artesanal tiene como ventaja. Las fortalezas forman parte importante en el sector ya que es la diferenciación y lo competitivo que tiene, y las debilidades forman parte de áreas que en un momento trascenderán a y se convierten en una factor negativo frente a la competencia y a las habilidades que posee

**CUADRO N° 7. Análisis Interno de las Artesanías en el Ecuador**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conocimientos ancestrales aplicados en la transformación de la materia prima.</li><li>✓ Concienciación de la importancia de la asociatividad.</li><li>✓ Artesanos capacitados (no profesionalizados) y con alto grado de innovación en sus productos.</li><li>✓ Producción no estacional</li><li>✓ Las características de la producción hace que participe toda la familia.</li><li>✓ Apertura a la ayuda y participación de procesos de desarrollo.</li><li>✓ Artesanos altamente innovadores y emprendedores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Falta de profesionalización de los artesanos.</li><li>✓ Escasa promoción de la producción</li><li>✓ Poca tecnificación en la producción</li><li>✓ Comercialización a través de intermediarios.</li><li>✓ Desconocimiento del marco legal para artesanos</li><li>✓ Mantener algunas prácticas poco amigables con medioambiente.</li><li>✓ Producción bajo pedido</li></ul>

**Fuente:** Boletín De Análisis Sectorial Mipymes No.23-Mipro.  
**Elaborado Por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Este análisis permite conocer las diferentes fortalezas y debilidades con la que cuenta el sector artesanal en el Ecuador, haciendo referencias a los potenciales con las que cuenta este sector con mayor evolución en la matriz productiva y los beneficios con la que este cuenta en la actualidad. A continuación se presenta el análisis externo del sector artesanal en donde se detallan las Oportunidades y Amenazas de dicho sector:

**CUADRO N° 8. Análisis Externo de las Artesanías en el Ecuador**

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diversidad de materiales para trabajar</li> <li>✓ Incremento de los planes sociales y productivos del gobierno dirigidos al sector</li> <li>✓ Mejora en la infraestructura vial y de riego por parte del gobierno provincial y nacional</li> <li>✓ Presencia de ONGs dispuestas a incentivar este sector.</li> <li>✓ Productos altamente valorados a nivel local, nacional e internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proveedores de materia prima orgánica no certificados.</li> <li>✓ Escasos incentivos para tecnificar la producción</li> <li>✓ Continuar ciclos perversos para la compra de materias primas(madera)</li> <li>✓ Pérdida del conocimiento ancestral por parte de los jóvenes.</li> </ul>

**Fuente:** Boletín De Análisis Sectorial Mipymes No.23-Mipro.

**Elaborado Por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Las oportunidades del sector artesanal representan de manera positiva el desarrollo de nuevos canales de distribución, a la implementación de nueva tecnología, al ingreso de nuevos mercados, este factor influye de manera favorable a la evolución del sector artesanal.

Cabe recalcar que esta matriz se restablecerá mediante la evolución que pueda originar a medida de su desarrollo basado a la transformación y creatividad en los diferentes sectores artesanales.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

#### 2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño de investigación nos permitirá evaluar las interrogantes del tema de investigación, además que nos ayudara a comprobar variables e hipótesis, esta investigación pretende evaluar estrategias fundamentales para obtener datos reales que posteriormente serán analizados por el investigador tomando en cuenta la importancia y el detalle de los procesos de indagación.

El diseño de investigación se define como el plan global de la investigación que implica conocer respuestas claras en cada estrategia que se implemente determinando el propósito de los objetivos que tiene la investigación en base a las acciones que se generen en el transcurso del desarrollo y análisis de los procesos de investigación formando parte de las diferentes técnicas de investigación. En esta investigación los enfoques aplicados fueron la investigación cuantitativa y cualitativa.

**La investigación cuantitativa exploratoria** tiende a ser altamente estructurados, de modo que el investigador especifica las características principales del diseño antes de obtener un solo dato. En esta investigación utilizaremos el método de observación y las entrevistas a los artesanos de la asociación.

**La investigación cualitativa descriptiva** es más flexible ya que permite estimular la realización de ajustes, a fin de sacar provecho a la información reunida en las fases tempranas de su realización. En esta investigación utilizaremos las encuestas a los habitantes de la provincia de Santa Elena y la entrevista a los miembros de la Asociación.

## **2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

(UPEL, 2005), dispone que: La modalidad de proyecto Factible, consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viables para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de la organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

En consecuencia este proyecto de grado estuvo apoyado con la investigación de campo, tipo descriptivo y documental, en donde se plante el diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimientos metodológicos, análisis de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto de investigación.

El proyecto de creación del centro de producción y comercialización de artesanías tendrá como requisitos:

- ✓ Puede llegar a la etapa de conclusión si beneficiara al sector artesanal.
- ✓ Puede llegar a la implementación del centro del centro artesanal.

Esta investigación que se está empleando cualitativamente con el fin de solucionar problemas y mejorar el sector artesanal de la común y de la asociación de artesanos herencia cultural.

## **2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

### **1. Por el nivel**

En cuanto a esta investigación se implementó los siguientes instrumentos de indagación que servirá para lo correcto manejo del proceso que se quiere llegar con el único objetivo de conocer los instrumentos a utilizar en la investigación:

**Investigación Descriptiva:** la investigación descriptiva conocida como la variable cuantificable donde medimos datos estadísticos, este instrumento nos permitió encuestas.

**Investigación Exploratoria:** se realizó esta indagación con el objetivo de emplear muestras representativas, como estrategia de control y metodología cuantitativa para analizar los datos adquiriendo características, atributos cuestiones netamente cualitativas que servirán para contratar con la investigación descriptiva. En esta investigación se realizó entrevistas.

## **2. Por el lugar:**

**Investigación bibliográfica:** Se recopiló información de diferentes fuentes bibliográficas donde encontramos información muy valiosa sobre las artesanías como el Mipro.

**Investigación de Campo:** se levantó información con el presidente de la comuna Libertador Bolívar donde nos pudo facilitar los antecedentes de la comunidad y diferente información fundamental dentro del proyecto, posteriormente se realizó entrevista y la encuesta.

## **2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

Para el desarrollo de este trabajo investigativo, se utilizaron algunos métodos que facilitaron el desarrollo del objetivo de estudio:

**Método Deductivo.-** este método se lo utilizó en el desarrollo de los antecedentes generales del proyecto, nos permitió obtener información necesario basada en el contenido de la investigación y el desarrollo de los diferentes procesos con las que facilitaría el levantamiento de información en el proceso de indagación.

**Método Inductivo.-** este método permitió sintetizar gustos y preferencias de la demanda del producto interpretando la información correspondiente y conociendo la situación en cada proceso necesario en la investigación.

**Método Matemático.-** este método muy fundamental para realizar los respectivos cálculos en cada proceso financiero dentro del desarrollo del proyecto y así mismo permitió conocer diferentes procesos que ayudara conocer la viabilidad del tema.

**Método Estadística.-** este método se utilizó en la tabulación de los instrumentos que se empleo en el proyecto de indagación.

## **2.5. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN.**

Las técnicas que se utilizara dentro del proyecto de investigación de las cuales nos permitirá obtener información sobre el sector artesanal de la comuna Libertador Bolívar fueron los métodos de observación, entrevista y encuestas.

## **2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **Entrevista.**

Esta técnica de investigación permite obtener información cualitativa que ayude dentro del objetivo de la investigación para posteriormente analizar resultados, este instrumento se lo aplico a los directivos de la asociación de artesanos para conocer los diferentes procesos artesanales.

### **Encuesta.**

Esta técnica de investigación se logró recopilar datos muy relevantes tomando en consideración el muestreo de la población objetivo, esta información nos permite analizar cuadros estadísticos en cuanto a los resultados que se obtienen para

conocer la aceptación de la creación del centro de producción y comercialización de artesanías

## **2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.**

### **2.7.1. Población.**

Según Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006), señala que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (p. 239).

**Población Finita:** Es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador.

**Población Infinita:** Es aquella cuyos elementos es imposible tener un registro identificable.

Tomando en consideración la cita anterior, es posible afirmar que, la población a la que se le aplicará el estudio es finita. En consecuencia, la muestra para este estudio será el cien por ciento (100%) de la población. Por ello, se definirá los argumentos de la población, para mayor precisión en el levantamiento de la información, considerando:

### **2.7.2. Muestra.**

$$n = \frac{Z^2 p q N}{e^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)150229}{(0,5)^2(150229 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n=384$$

**Muestreo Estratificado.**- Este tipo de muestreo se caracteriza por dividir en grupos o clases de similares características de aquella población total obtenida. En nuestro estudio la población total es de 150.229 habitantes en la provincia de Santa Elena, la cual se dividirá o estratificará en parroquias, con la finalidad de contar con más alternativas y opiniones de posibles interesados.

Dicho total de encuestas se realizarán en las siguientes proporciones, a partir del factor diferenciado (Fh), como se detalla a continuación:

$$Fh=n/N$$

$$Fh= 384/150.229$$

$$Fh= 0.0026$$

**CUADRO N°9. Población total Santa Elena.**

Población Total de Santa Elena			
CANTÓN	N	Fh	N
Cantón La Libertad	46.691	0,0026	121.3966
Cantón Salinas	33.421		86.8946
Cantón Santa Elena	70.116		182.3016
<b>Santa Elena TOTAL</b>	150.229		390.593

Fuente: Inec

Autora: Lissette Solórzano

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

En este proceso investigativo se emplearon diferentes instrumentos de investigación exploratoria y descriptiva, como son la entrevista y las encuestas, que a continuación se presenta los resultados obtenidos:

#### **3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.**

##### **Entrevista Dirigida Al Presidente De La Asociación De Artesanos Herencia Cultural:**

**Pregunta N° 1.-** ¿Cuál es la situación actual de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar?

Analizando la información obtenida del Señor Rolando de la Rosa Yagual, Presidente de la asociación, sobre la situación actual de la asociación en la comunidad manifestó que los asociación actualmente cuenta con un gran espíritu colaborador en cuanto a nivel de la comuna, esta asociación se caracteriza por el trabajo en equipo que tiene no solo con los miembros directivos de Libertador Bolívar si no con toda la comunidad logrando así el beneficio para todos e la comunidad.

Esta comunidad actualmente cuenta con diferentes grupos asociativos dedicados a desarrollar diferentes sectores productivos de Libertador Bolívar, de los cuales resalta la manera en como estos habitantes trabajan en conjunto buscando el desarrollo socio-económico no solo para ellos sino a nivel de la comuna

aprovechando y potenciando el recurso humano con la que cuenta y sobre todo con la disposición de materia prima.

**Pregunta N° 2.-** ¿Cuáles son las principales actividades económicas que desarrollan los artesanos en la comuna Libertador Bolívar?

Considerando la información obtenida en base a las principales actividades económicas que desarrollan los artesanos de la comuna Libertador Bolívar podemos mencionar las diferentes ramas en la que estos pobladores se desempeñan diariamente en esta comunidad encontramos:

Artesanos que elaboran tejidos, artesanos que elaboran costuras, y que pertenecen a la asociación, artesano que realizan artículos de madera y muebles, caña guadua, dentro de este sector económico también encontramos diferentes artesanos que se dedican a elaborar artesanías decorativas.

**Pregunta N° 3.-** ¿Cuáles son los problemas que ha tenido la Asociación de artesanos?

Al realizar esta entrevista se interpreto información muy relevante en base a los problemas que ha tenido la Asociación de artesanos entre ellos nos manifestó los que más han tenido impacto dentro de este grupo artesanal de los cuales tenemos que desde sus inicios los habitantes desconocían sus actividades y destrezas de las cuales se desempeñaba cada artesano en dicho sector. Así mismo la falta de compromiso y responsabilidad con la organización no les permitía trabajar en equipo, otros de los obstáculos que se presento es la falta de inversión debido a que no contaban con fácil acceso a financiamiento, y con lo poco que tenían no les permitía desarrollar totalmente el sector comercial de sus artesanías, otro de los

problemas q siguen teniendo es que no cuenta con espacio físico para producir y comercializar sus artesanías.

**Pregunta N° 4.-** ¿Cuáles son los procesos de producción de las artesanías?

Este instrumento investigativo permitió conocer los procesos de producción que se realizan en los diferentes artículos que elabora los artesanos de la asociación una de estas actividades son los tejidos de la paja toquilla; en donde se compran la paja toquilla, pasan por un proceso de secado y luego poder trabajar dando como finalizado un producto terminado de calidad, así mismo la madera, se compra la madera en los depósitos, preparan la madera ya que esta viene verde, y así que deben de alistar la manera para poder realizar con la elaboración de artículos, muebles de sala, etc. La producción que se utiliza es de acuerdo al nivel de venta que se obtiene y bajo pedido de los diferentes clientes con las que cuenta.

**Pregunta N° 5.-** ¿Se cuenta con materia prima disponible dentro del sector?

Dentro del análisis que se realizó en la entrevista en cuanto a la disponibilidad de materia prima dentro del sector, se mencionó que actualmente se cuenta con materia prima disponible dentro del sector, se produce en cedro que se encuentra en el mismo sector, la teca que la encuentran en valsar, los única materia prima que no está disponible dentro del sector es la fibra que esta se encuentra el Santo Domingo. Es muy importante recalcar que también utilizan materia prima reciclada lo cual les permite no contaminar y cumplir con las leyes establecidas por el gobierno. Sin embargo los artesanos no tienen problemas ya que se cuenta con el recurso necesario para emprender nuevos productos terminados ya que es una ventaja para ellos la disponibilidad de materia prima y los diferentes instrumentos que utilizan para elaborar los productos.

**Pregunta N° 6.-** ¿Cuáles son los Procesos de comercialización que utiliza la asociación con las artesanías?

Utilizando este método de investigación como lo fue la entrevista permitió conocer los procesos de comercialización que emplea la asociación de artesanos herencia cultural en donde nos mencionó que las artesanías se las comercializan en gran parte a la venta en público, cada artesano se encarga de comercializarla fuera de sus hogares cada producto, sin embargo ellos también comercializan sus producto bajo pedido destinados a Montañita y a Salinas, Guayaquil, de esta manera actualmente comercializan y distribuyen sus artesanías basándose en pedidos de los clientes potenciales y de sus clientes con mayor poder adquisitivo.

**Pregunta N° 7.-** ¿Cuáles son sus principales mercados?

Una de las preguntas que también causo impacto de en la entrevista fue lo principales mercados con los que cuentan este grupo artesanal de los cuáles tenemos: Guayaquil, Esmeraldas, Salinas y Montañita estos cuatro lugares turísticos son sus principales mercados, pero considerando la gran demanda que posee en cuanto a la comercialización y distribución de sus artesanías consideran a salinas y montañita como su mercado potenciales ya que diferentes épocas del año acostumbran a trabajar por pedido por la influencia de diferentes personas que concurren a este balneario.

Sin embargo los turistas que visitan la comunidad de Libertados Bolívar forman parte de la cartera potencial así mismo estos se encargan de hacer marketing invitando sus familiares, amigos y turistas que visiten el sector ya que ofrecen productos artesanales elaborados de diferentes materias primas como, la madera, fibra de abacá, caña guadua y paja toquilla, los mismos que son elaborados con calidad, creatividad y habilidad con la que los artesanos elaboran cada productos artesanal ya sea: sombreros, binchas, carteras, juguetes, angelitos, muebles, etc.

**Pregunta N° 8.-** Mencione los problemas que afectan a la producción y comercialización de las artesanías en la comuna.

Dentro del análisis que se realizó en la entrevista de acuerdo a la pregunta sobre los problemas que afectan a la comercialización de las artesanías que causó gran impacto fue la nueva producción de artesanías chinas en donde la gran parte de sus productos son muy novedosos y sobre todo tiene un gran acabado ya que ellos cuentan con máquinas sofisticada y tecnología de punta, que para la mayoría de los artesanos no cuentan con estas máquinas ya que ellos utilizan herramientas y todo el trabajo es a mano, otro de los problemas de cual se está presentando son los altos costos que en ocasiones tiene la materia prima.

Sin embargo la falta de capital para invertir es otro de los problemas que afecta a la asociación ya que no cuentan con apoyos gubernamentales y existen diferentes restricciones al momento de adquirir préstamos para sus inversiones en las artesanías.

**Pregunta N° 9.-** ¿Cuáles serían las estrategias para evitar estos inconvenientes?

Dentro del análisis que se realizó en la entrevista de acuerdo a la pregunta sobre las estrategias que utilizarían para evitar estos inconvenientes que tiene en cuanto a la producción y comercialización de artesanías en la asociación nos manifestó el Sr. Rolando de la Rosa que actualmente ellos han logrado conseguir herramientas pero caseras ya que en la actualidad no cuentan con herramientas sofisticadas.

Sin embargo, la creatividad en cada artesanías que elaboran es lo que lo diferencia de sus competidores, sin embargo este grupo artesanal en un futuro aspira recibir ayuda de los diferentes gobiernos gubernamentales específicamente el Mipro para poder contar con la tecnología necesaria en cada proceso de producción

**Pregunta N° 10.-** ¿Cree usted que la falta de un centro de producción y comercialización de artesanías ayudaría al desarrollo empresarial del sector?

En cuanto al análisis obtenido en base a la a la pregunta si la falta de un centro de producción y comercialización de artesanías ayudaría con el sector empresarial del sector, efectivamente si porque sería una parte fundamental para la zona artesanal de la comuna Libertador Bolívar desarrollando así fuentes económicas de tal manera que la comunidad y la asociación sean reconocida por la riqueza de sus artesanías y por la creatividad e innovación que emplean en cada artículo a elaborar, de esta manera la comuna será más reconocida y podrá contar con muchos beneficios que permitirán el desarrollo social, cultura y empresarial de este atractivo turístico.

**Pregunta N° 11.-** ¿Mejoraría la integración de los asociados con la implementación del centro?

En cuanto al análisis que se determinó en base a la pregunta si la implementación del centro de producción y comercialización de artesanías mejoraría la integración de los artesanos nos manifestaron que efectivamente si porque les permitiría no solo mejorar como grupo si no que aprenderían a trabajar en equipo obteniendo así una mejor organización con el fin de desarrollar alianzas con otros grupos artesanales de tal manera que utilicen su recursos humano para convertirse en unos buenos comerciantes y proveedores de artesanías a nivel local y nacional, siendo promotores y entes de cambio en el área a explotar y desarrollar como lo es el sector artesanal ya que en la actualidad es el sector con mayor espíritu empresarial y con mayor desarrollo dentro de esta comunidad de Libertador Bolívar es el sector artesanal con un 80% de habitantes que e dedican a esta actividad, por lo consiguiente es imprescindible la creación de el centro artesanal ya que permitirá el desarrollo de los artesanos y mejorara la calidad de vida de los integrantes de la asociación y de la comuna en general.

**Pregunta N° 12.-** Cuales serían sus recomendaciones para que la creación del centro de producción y comercialización de artesanías tenga una aceptación y pueda beneficiar el desarrollo económico y artesanal en la comuna.

En cuanto al análisis que podemos obtener en base a la pregunta sobre las recomendaciones para la creación del centro de producción y comercialización de artesanías del cual mencionó algunas estrategias a implementar tales como:

El trabajo en equipo esto ayudará que el grupo de asociados mejoren no solo la actividad en que cada uno se desempeña si no el ambiente laboral en el que cada uno se destaca y mejorara el ambiente organizacional de la institución obteniendo como resultado el buen ambiente laboral.

Sin embargo otra de las estrategias que se mencionó fue que el centro artesanal sea un amplio donde cada artesano pueda elaborar y producir sus productos, de tal manera que puedan exhibirse y lograr la imagen adecuada de los productos obteniendo una excelente imagen para aquellas personas que visiten el centro artesanal.

Emplear estrategias de publicidad para que los visitantes de diferentes rincones del país conozcan las variedades e innovaciones que ofrecen en cada artesanía y pueden lograr el reconocimiento de sus productos y de la calidad de servicio que se ofrecerá.

Otra de las recomendaciones que tuvo mayor relevancia fue que los gobiernos autónomos enmarcados a este tipo de desarrollo productivos se encarguen de presentar atención a estos sectores basados en capacitaciones en los diferentes procesos de producción obteniendo como resultado el mejoramiento de sus productos llegando a la excelencia en la calidad, e innovando nuevos productos basados a las necesidades del mercado y de los clientes. De esta manera se

buscara le evolución y el progreso de las diferentes áreas no solo de producción sino también en el área administrativa.

### 3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

#### Encuestas Dirigidas A Los Habitantes De La Provincia De Santa Elena:

#### GÉNERO

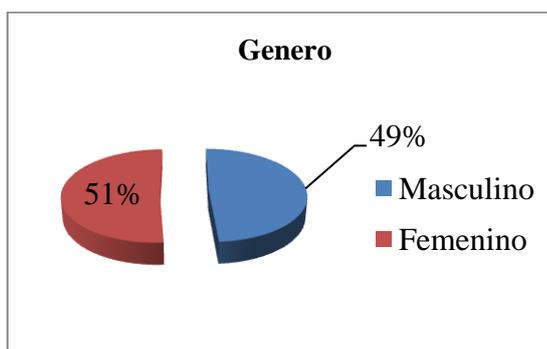
CUADRO N° 1. Género.

Descripción	Frecuencia	%
Masculino	188	49%
Femenino	196	51%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes De La Provincia De Santa Elena.

Elaborado Por: Lissette Solórzano Cedeño.

FIGURA N° 1. Género.



Fuente: Habitantes De La Provincia De Santa Elena.

Elaborado Por: Lissette Solórzano Cedeño.

Según la presente ilustración que se realizó a los diferentes habitantes de la provincia de Santa Elena incluido turista se demuestra que el 51% son de género masculino teniendo este el mayor porcentaje, seguido del género femenino con un 49%. Se puede observar que se tiene una igualdad entre ambos sexos, lo que permite una mejor comprensión de los gustos y preferencias de las personas.

## ESTADO CIVIL

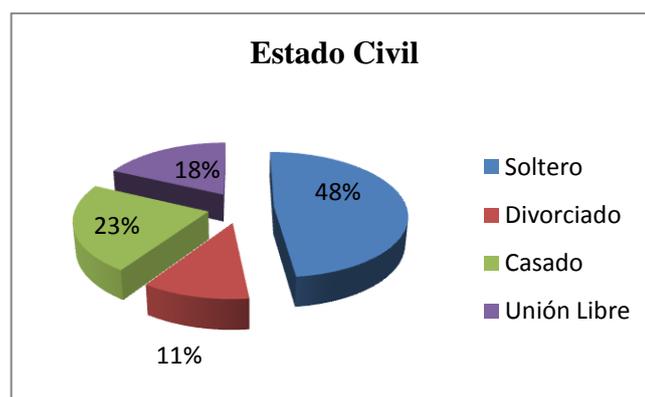
**CUADRO N° 2. Estado Civil.**

Descripción	Frecuencia	%
Soltero	185	48%
Divorciado	43	11%
Casado	87	23%
Unión Libre	69	18%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 2. Estado Civil.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

De acuerdo a los resultados que se obtuvo al realizar las encuestas según el estado civil de los encuestados se obtuvo como resultado que, el 48% de la población encuestada son solteros, seguido de los casados representado con un 23%, unión libre con un porcentaje no tan relevante y por último los divorciados siendo este el grupo con menor porcentaje que los otros, es así que el rango con mayor representación en cuanto al estado civil son los solteros los cuales se convertirán en nuestros clientes y en las personas con mayor poder de compra de las artesanías convirtiéndolos en un exponente con mayor relevancia dentro del proceso.

## EDAD

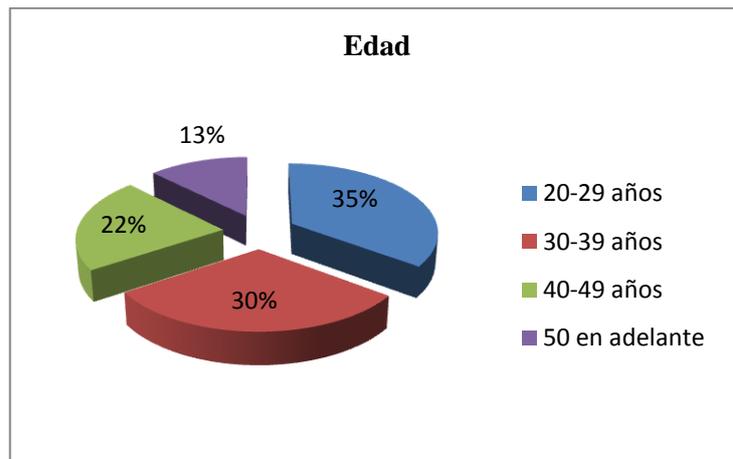
**CUADRO N° 3. Edad.**

Descripción	Frecuencia	%
20-29 años	135	35%
30-39 años	117	30%
40-49 años	84	22%
50 en adelante	48	13%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lisette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 3. Edad.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lisette Solórzano Cedeño.

De acuerdo al gráfico que se observa de las personas encuestadas, reflejando de esta manera las 384 encuestas que se aplicó en la investigación con respecto a la edad de las personas se demuestra las variedades edad entre los cuales tenemos que el 35% de las personas que oscilan entre la edad de 20 a 29 años, perteneciendo este al grupo habitantes, en este caso al público objetivo del proyecto a realizar sin embargo hay que reconocer que el 30% que está entre las edades de 30 a 39 entrarían también como posible mercado potencial abarcando de esta manera la demanda que se estima alcanzar.

## INGRESOS ECONÓMICOS

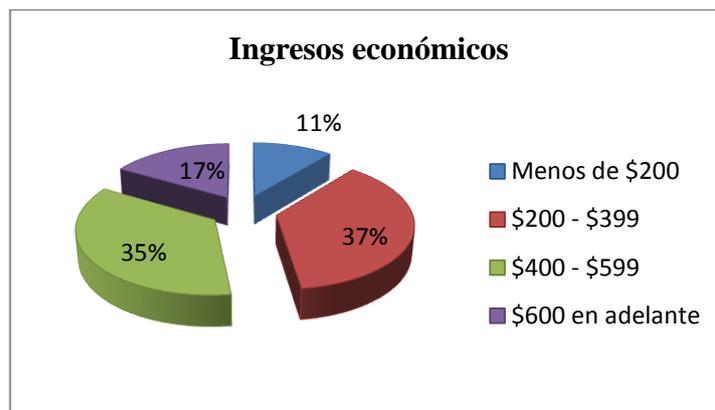
**CUADRO N° 4. Ingresos económicos.**

Descripción	Frecuencia	%
Menos de \$200	54	11%
\$200 - \$399	136	37%
\$400 - \$599	142	35%
\$600 en adelante	52	17%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 4. Ingresos económicos.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

En cuanto a los resultados obtenidos en la encuesta sobre los ingresos económicos se representa que, las personas que poseen ingresos de \$200 – \$399 pertenecen al 37% total de la población es así que la gran parte de la población encuestada se encuentra en este rango convirtiéndose de esta manera en un porcentaje muy representativo obteniendo el sueldo básico de \$ 318 por últimos se tiene a las personas que tiene un ingreso menores a \$200 representado con un 11%, es decir que pocas personas tienen un trabajo que les genere un sueldo básico.

**¿Cuándo usted visita lugares turísticos de la franja costera de la provincia de Santa Elena adquiere algún tipo de artesanía?**

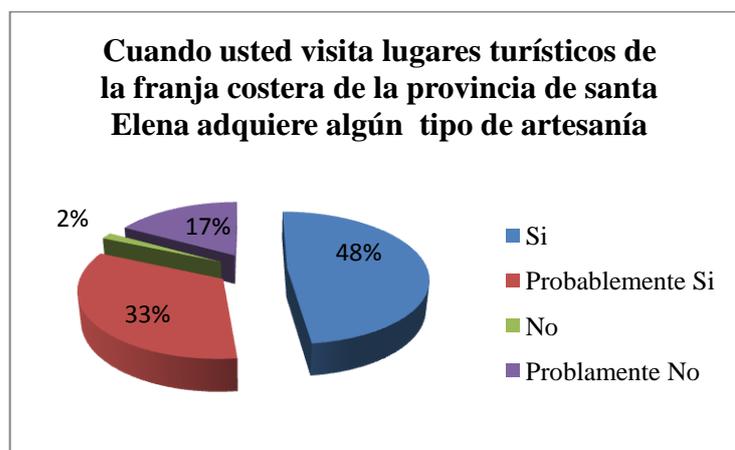
**CUADRO N° 5. Visita lugares turísticos.**

Descripción	Frecuencia	%
Si	185	48%
Probablemente Si	128	33%
No	6	2%
Probablemente No	65	17%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 5. Visita lugares turísticos.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

De acuerdo a los resultados obtenidos se estima que, el 48% de las personas encuestadas dijeron que cuando visitan lugares turísticos en la franja costera de Santa Elena si adquieren artesanías, de tal manera que también existen un porcentaje que responde positivo lo que quiere decir que están dentro del rango estimado, el 2% se muestra indiferente a la pregunta ya que muestran de manera negativa respectivamente dando así un bajo porcentaje de participación del cual no perjudica en nada.

## ¿Dispone de algún lugar dentro de la provincia donde compre sus artesanías?

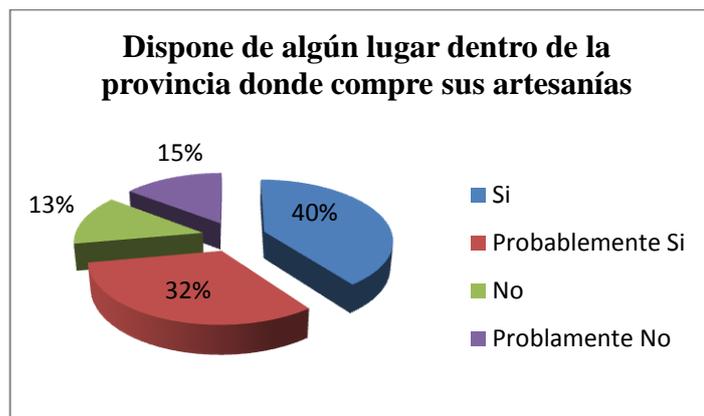
**CUADRO N° 6. Dispone de un lugar donde compre artesanías.**

Descripción	Frecuencia	%
Si	153	40%
Probablemente Si	124	32%
No	51	13%
Probablemente No	56	15%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA No.6. Dispone de algún lugar donde compre artesanías.**



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta sobre la disposición de algún lugar donde compre artesanías, el 40% de la población objetivo respondió que sí cuentan con lugares donde ellos adquieren cualquier tipo de artesanías entre ellos los más mencionados fueron montañita y salinas, que desde ya podemos mencionarlos como competidores potenciales en el desarrollo del proyecto, sin embargo les gusta adquirir artesanías en las diferentes zonas turísticas de la provincia.

¿Con que frecuencia usted visita estos lugares donde comercializan artesanías?

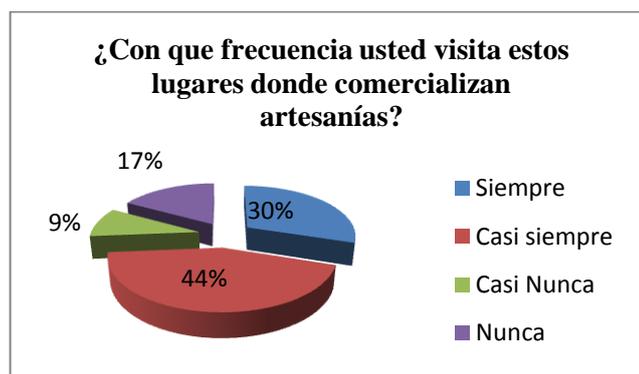
**CUADRO N° 7. Frecuencia en lugares comerciales.**

Descripción	Frecuencia	%
Siempre	115	30%
Casi siempre	168	44%
Casi Nunca	36	9%
Nunca	65	17%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 7. Frecuencia en lugares comerciales.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Dentro de la encuesta que se realizó sobre la frecuencia que tienen los habitantes en visitar lugares donde comercializan artesanías según la siguiente ilustración muestran que el 44% de la población casi siempre concurren a estos lugares donde comercializan artículos artesanales seguido de un porcentaje aceptable que posteriormente visita el mismo sector obteniendo un resultado positivo en cuanto al objetivo a indagar, y por último el 9% restante forma parte también del poco interés por visitar estos lugares donde se acostumbra a comercializar diferentes artesanías.

## ¿Qué tipo de artesanías usualmente adquiere?

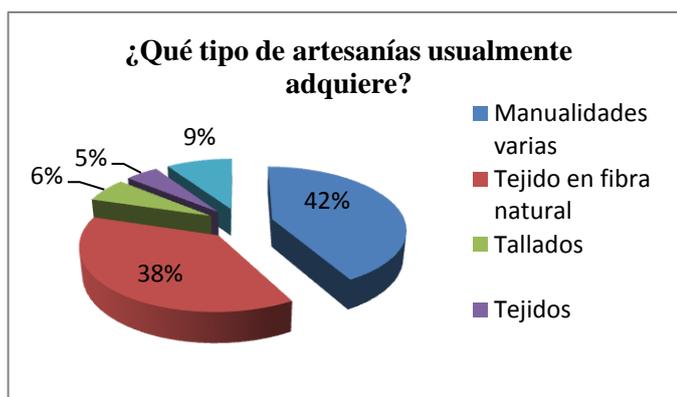
**CUADRO N° 8. Artesanías que usualmente adquieren.**

Descripción	Frecuencia	%
Manualidades varias	161	42%
Tejido en fibra natural	145	38%
Tallados	24	6%
Tejidos	18	5%
Bisutería	36	9%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 8. Artesanías que usualmente adquieren.**



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

En cuanto a los resultados obtenidos en la encuesta según la pregunta de las artesanías que usualmente adquieren los habitantes podemos concluir que el 42% de la población adquiere manualidades varias ya que no solo se enfocan en un solo artículo sino que en su gran parte le gusta la variedad y sobre todas las artesanías decorativas que para ellos representan una novedad al momento de adquirirlas, así mismo un 38% adquiere tejido en fibra natural, por último tenemos con un 6% los tallados y con un 5% restante en tejidos de diferentes materiales.

**¿Al momento de comprar artesanías, ¿qué es lo que usted toma en cuenta?**

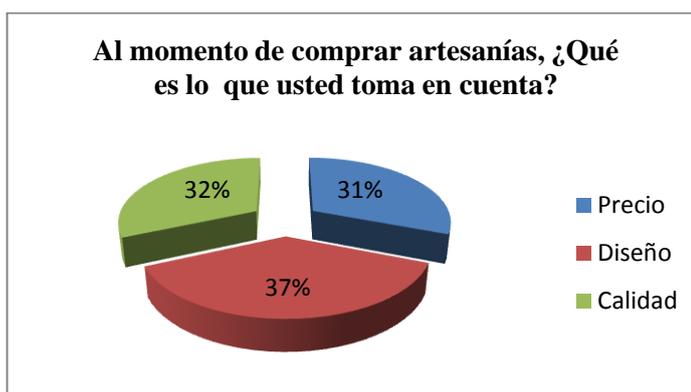
**CUADRO N° 9. Al momento de comprar artesanías, ¿Qué es lo que toma en cuenta?**

Descripción	Frecuencia	%
Precio	122	31%
Diseño	148	37%
Calidad	125	32,%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 9. Al momento de comprar artesanías, ¿Qué es lo que toma en cuenta?**



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Se obtuvo en cuanto a la pregunta que se realizó a los habitantes entre las diferentes edades, si al momento de comprar artesanías que es lo primero que toma en cuenta y la mayoría de los encuestados respondieron que el 37% más adquieren las artesanías por su diseño ya que es una manera de diferenciar el producto y sobre todo buscan la originalidad que emplean al momento de utilizarlas, y para el 31% el precio forma parte principal de compra porque, seguido del 32% el restante de la población que se fija en la calidad, cabe recalcar que algunos de los encuestados elegían por ocasiones las tres variables ya que para ellos estas forma parte principal para la decisión de compra.

**¿Considera usted que el nivel de creatividad en la fabricación de las artesanías es?**

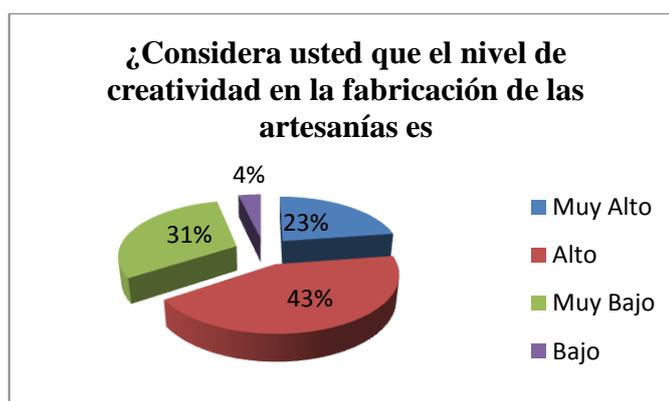
**CUADRO N° 10. Nivel de creatividad.**

Descripción	Frecuencia	%
Muy Alto	87	23%
Alto	165	43%
Muy Bajo	118	31%
Bajo	14	4%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 10. Nivel de creatividad.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

En cuanto a una de las preguntas claves que se utilizó en la encuesta fue sobre el nivel de creatividad que tienen los artesanos al momento de fabricar las artesanías, del cual un 43% nos indica que el nivel de fabricación es alto lo que nos permite una gran expectativa con los procesos de fabricación y un 31% de los habitantes menciono que es muy bajo y de tal manera que para los clientes forma parte de una mala presentación del producto por el cual al momento de dar las conclusiones y recomendaciones de la investigación es necesario considerar esta parte ya que infiere en de una u otra manera en el problema de estudio.

¿Cree usted que la calidad de las artesanías que se comercializan en estos lugares es?

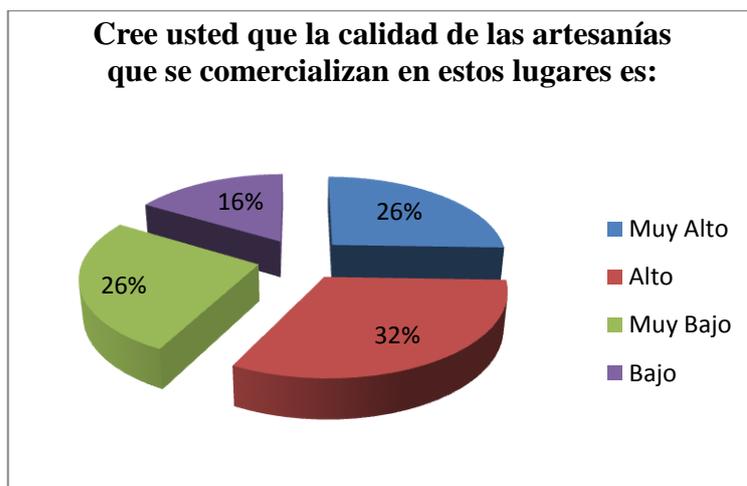
**CUADRO N° 11. Calidad de las artesanías.**

Descripción	Frecuencia	%
Muy Alto	98	26%
Alto	123	32%
Muy Bajo	100	26%
Bajo	63	16%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 11. Calidad de las artesanías.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

En cuanto a la pregunta que se realizó de acuerdo a la encuesta sobre la calidad de las artesanías que se comercializa en los lugares que ellos visitan nos mencionaron que el 32% confirma la alta calidad que posee los productos artesanales dando una respuesta muy significativa dentro del rango mencionado, mientras que 16% dice que la calidad es baja denominándola como a la variable de estudio que es la calidad del producto.

**¿En los lugares que usted visita encuentran una gran variedad de artesanías para su gusto?**

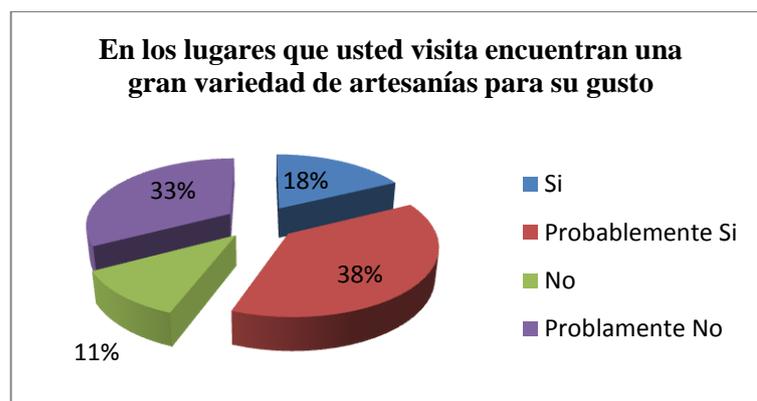
**CUADRO N° 12. Encuentra variedad de artesanías.**

Descripción	Frecuencia	%
Si	68	18%
Probablemente Si	146	38%
No	44	11%
Probablemente No	126	33%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA No. 12. Encuentra variedad de artesanías.**



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Dentro de los análisis interpretativos, el resultado que impacto esta pregunta fue el 38% manifestó que probablemente si disponen de artesanías de su agrado y sobre todo que cumplen con las expectativas esperadas en los diferentes lugares donde comercialicen artesanías, sin embargo el 11% totalmente no cuentan con artesanías de su gusto cuando visita estos lugares ya que tienden en gran parte a no innovar y a presentar las mismas artesanías, lo que a ellos representan poca creatividad.

**¿Considera usted que el puesto de venta dónde se comercializan este tipo de artesanías es el adecuado?**

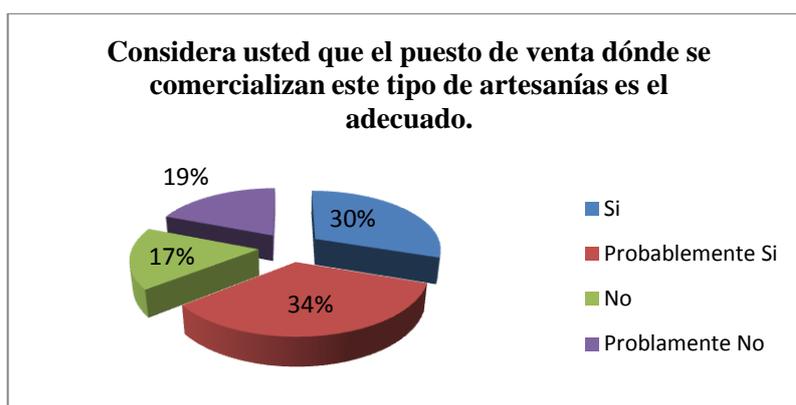
**CUADRO N° 13. Puesta de venta adecuado.**

Descripción	Frecuencia	%
Si	116	30%
Probablemente Si	131	34%
No	64	17%
Probablemente No	73	19%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lisette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 13. Puesta de venta adecuado.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lisette Solórzano Cedeño.

En cuanto a las alternativas presentadas, el 34% de la población encuestada dijo que probablemente si sea un sitio a adecuado dentro del rango que si sea un puesto considerable para el desempeño de la actividad. Sin embargo, existe un 17% de la población que para sus preferencias estos no están aptos para la exposición y comercialización de artesanías, y muestran indiferencia ya que según sus criterios no son actos para la actividad ya que se trata de vender el producto hacia los consumidores pero en ocasiones el lugar no es el adecuado ya que no cuentan con la visualización correcta del producto.

**¿Considera usted que el servicio de venta de artesanías en la localidad es?**

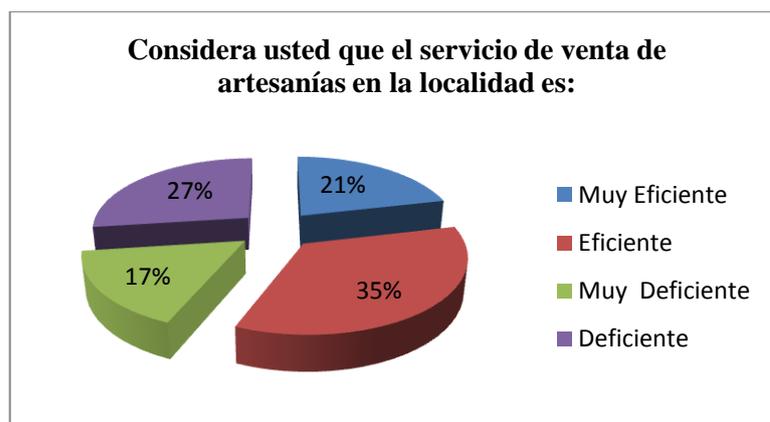
**CUADRO N° 14. Servicio de venta.**

<b>Disposición</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy Eficiente	82	21%
Eficiente	134	35%
Muy Deficiente	64	17%
Deficiente	104	27%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 14. Servicio de Venta.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Una de las preguntas que fue analizada dentro de la encuesta fue la consideración de los clientes hacia el servicio de venta de las artesanías en la localidad donde el 35% de los encuestados mencionó que el servicio de venta es eficiente y repercute en positivamente en esta pregunta mientras que el restante de la población menciona que hay una deficiencia en cuanto al servicio adecuado al momento de la venta ya que existen diferencias que hace que los clientes se sientan en ocasiones presionados a la compra, el 17% restante que hace la diferencia en el servicio muy deficiente que representan negativamente el servicio de venta.

**¿Considerando lo anterior, ¿cree usted que el precio pagado es justo?**

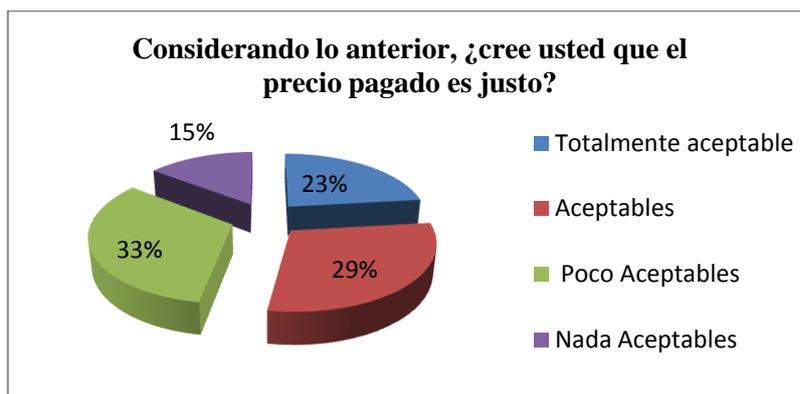
**CUADRO N° 15. Precio pagado es justo.**

Descripción	Frecuencia	%
Totalmente aceptable	89	23%
Aceptables	113	29%
Poco Aceptables	126	33%
Nada Aceptables	56	15%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 15. Precio pagado es justo.**



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

De acuerdo al gráfico estadístico que observamos en cuanto a la pregunta si el precio que pagan los habitantes por adquirir artesanías es justo el 15% de la población nos dice que para ellos los precios estipulados por los comerciantes de artesanías no es nada aceptables ya que tienden por exagerar el alza del mismo para su persuasión, mientras que existen una posición neutral siendo el porcentaje de mayor relevancia, sin embargo existe un 29% que si está de acuerdo con los precios para ellos se adaptan a su economía y sobre todo están dentro del posicionamiento económico de acuerdo al nivel de aceptación y posteriormente responde de manera positiva.

**¿Ha escuchado alguna vez sobre las artesanías que se comercializan en la comuna libertador bolívar?**

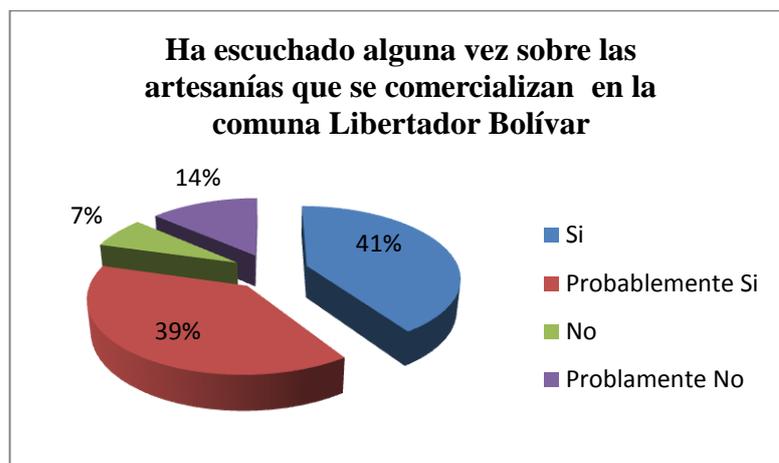
**CUADRO N° 16. Artesanías de Libertador Bolívar.**

Descripción	Frecuencia	%
Si	156	41%
Probablemente Si	149	39%
No	27	7%
Probablemente No	52	14%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 16. Artesanías de Libertador Bolívar**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño

Se les pregunto a los encuestados si habían escuchado alguna vez sobre las artesanías de la comuna Libertador Bolívar y el 41% de la población respondió que si conocen de las artesanías de esa comunidad ya que han visitado la Ruta del Spondylus y han podido percibir el sector económico de ella, así mismo muestra una probabilidad favorable, mientras que el 7% que desconoce totalmente la existencia de artesanías en la comunidad.

**¿Cree usted que es una excelente alternativa crear un centro de producción y comercialización de artesanías en la comuna libertador bolívar?**

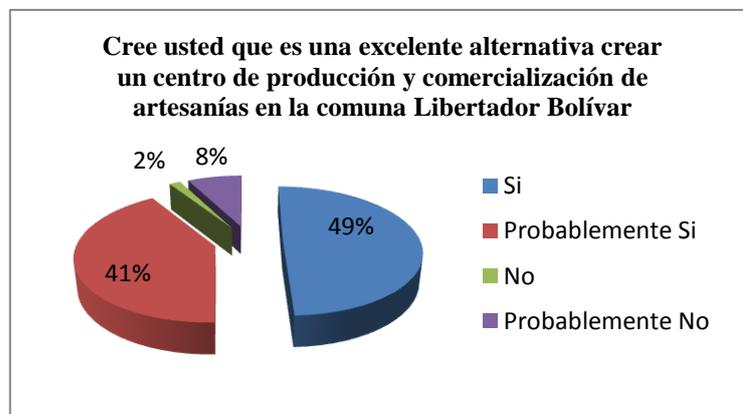
**CUADRO N° 17. Creación del centro de producción y comercialización de artesanías.**

Descripción	Frecuencia	%
Si	190	49%
Probablemente Si	159	41%
No	6	2%
Probablemente No	29	8%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 17. Creación del centro de producción y comercialización de artesanías.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede concluir que el 49% de la población objetivo respondió que si está de acuerdo que dentro de este sector turístico se cree un centro en donde los artesanos puedan elaborar y comercializar sus diferentes productos artesanales, seguido también de un porcentaje positivo para la implementación del centro artesanal.

**¿Estaría usted dispuesto a adquirir las artesanías en este centro de comercialización y producción?**

**CUADRO N° 18. Adquisición de artesanías del centro.**

Descripción	Frecuencia	%
Si	345	90%
No	39	10%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 18. Adquisición de artesanías del centro.**



**Fuente:** Habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

En cuanto a la última pregunta en la que nos referíamos al poder de adquisición de las artesanías en el centro de producción y comercialización en cuanto a las 384 personas encuestadas en esta investigación podemos concluir según el gráfico que el 90% de la población entre las edades de 20 años en adelante nos supo mencionar que si esta acudiría a visitar este centro de producción ya que no solo beneficiaría a los artesanos si no mejoraría el sector artesanal aparte de que se ara a conocer más en cuanto a sus productos a ofrecer, sin embargo existe el restante de la población que corresponde al 10%no acudiría a este centro.

### **3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

Los instrumentos empleados dentro de esta investigación como son la entrevista y la encuesta han contribuido de manera muy importante para identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a cabo una implementación exitosa del centro de producción y comercialización de artesanías en la comuna Libertador Bolívar.

Esta investigación nos deja muchas cosas importantes que concluir y muchas otras las ha reforzado para llevar a cabo una buena ejecución.

Dentro de los puntos que se consideró más importante son:

- Lo comuna Libertador Bolívar cuenta en su gran parte con disponibilidad de materia prima formando parte de las fortalezas del sector.
- Actualmente está entrando al país una competencia china que dificulta sus artesanías en cuanto a la calidad.
- En cuanto a la creación del centro en la comuna Libertador Bolívar el 90% y el toman un porcentaje factible de la aceptación de la creación del centro.
- Otra de las conclusiones fue que de los 384 encuestados el 90% de la población objetivo si estaría dispuesto a adquirir artesanías en el centro de producción y comercialización de artesanías.
- Llevar a cabo un análisis detallado como el que se realizó en este proyecto incrementa en gran proporción las probabilidades de tener éxito ya que de ante mano se conoce lo que se quiere lograr y cómo ejecutarlo.

## **Recomendaciones**

Las recomendaciones, en el estudio de investigación están dirigidas a proporcionar sugerencias a la luz de los resultados:

- Tomar en cuenta los diferentes servicios como lo es la atención al cliente.
- Mejorar y su nivel reconocimiento basados a las nuevas tendencias de los productos artesanales
- Mejorar la calidad de sus productos enfocados al control de la materia prima
- Aumentar la disponibilidad de productos con mayor relevancia tales como los adornos decorativos.
- Ampliar una gama de productos como lo es las bisuterías
- Abrir nuevos mercados que permitan el reconocimiento de los productos que ofrecen
- Participar en ferias artesanales realizadas a nivel nacional para expandir sus productos
- Contar con maquinarias necesarias para mejorar la producción y la presentación de sus artesanías.
- Trabajar en equipo ya que esto permitirá obtener un beneficio como socios.
- Finalmente se recomienda utilizar estrategias de publicidad utilizando los recursos necesarios para atraer más clientes a la comunidad y sobre todo al sector artesanal.

## **CAPÍTULO IV**

### **CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.**

#### **4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

La creación del centro de producción y comercialización de artesanías está dirigido a los habitantes de la provincia de Santa Elena que oscilan entre las edades de 20 a 50 años en adelante sin importar el sexo, cultura, nivel de educación origen, etc.; pero el segmento de mercado que se ha concentrado la mayor atención es las personas que se encuentran dentro de la PEA (Población Económicamente Activa).

Mediante este proyecto se busca la satisfacción de los habitantes al momento de adquirir un artículo artesanal, en este caso cualquier tipo de artesanías destinada a cada gusto y preferencia de los consumidores finales, por tal razón el centro de producción y comercialización de artesanías ofrecerá una amplia variedad de artesanías de alta calidad dejando a la luz la creatividad y el diseño que se empleara en la elaboración de cada artículo artesanal logrando la penetración en la mente del consumidor.

##### **4.1.1. Segmentación del mercado.**

El poder adquisitivo de los consumidores dentro de la creación del centro de producción y comercialización de artesanías será un indicador determinante del nivel de demanda de los productos a ofertar. Por tal razón, se considera que los

clientes o consumidores oscilan entre el nivel socioeconómico medio y alto lo cual para la empresa es de vital importancia conocer el nivel económico.

En cuanto a la segmentación de mercado escogida es:

- ✓ **Medible:** ya que se posee una información verídica sobre la Población Económicamente Activa de la población de la provincia.
  
- ✓ **Accesible:** debido a que la población se encuentra dentro de las personas trabajadoras del sector obteniendo así recursos económicos necesarios para la adquisición de los productos.
  
- ✓ **Rentable:** ya que la población al cual nos dirigiremos es numerosa trayendo consigo el aumento de la demanda a medida que el centro artesanal de posicione en el mercado.

#### **4.1.2. Determinación de la población objetivo.**

Dentro de este estudio realizado para la creación del centro de producción y comercialización de artesanías se determinó que la población objetivo con la que se va a trabajar en el proyecto son los habitantes de la provincia de Santa Elena y turistas que acostumbran a visitar lugares donde se comercialicen cualquier tipo de artesanías así mismo los principales mercados con la que actualmente se está distribuido los diferentes artículos artesanales como don Salinas y Montañita.

#### **4.1.3. Identificación de los clientes meta.**

Los posibles clientes que tendrá la empresa están ubicados en los tres cantones de la provincia de Santa Elena, también se encuentran en el resto del país y fuera de él ya que ellos visitan a la provincia todo el año lo que para el centro productor y comercializador de artesanía beneficiara de tal manera que se pueda prevalecer y

enmarcar una gran diferencia en los clientes y en los posibles también posesionándose en cada mente del cliente captando así nueva demanda.

Los clientes que optarían por comprar las artesanías son:

- ✓ Jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena.
- ✓ Los locales comerciales que se dediquen a la compra-venta de artesanías en los diferentes cantones o provincial y del país.
- ✓ Los turistas nacionales y extranjeros.

Los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena que adquirirán las diferentes artesanías, estos clientes cuentan con el sueldo básico de \$318 ya que ellos concurren casi siempre a lugares donde se comercializan artesanía, por ende los posibles clientes se encuentran entre las clase media, media alta y alta.

Los locales comerciales que se dedican a la compra y venta de artesanías en los diferentes cantones de la provincia y del país alternativa que tomara en cuenta la empresa, ya que en estos locales acuden clientes jóvenes y adultos donde frecuentemente adquirir diferentes artesanías buscando así calidad, creatividad, y por supuesto precio.

Los turistas nacionales y extranjeros son otros posibles clientes que la Empresa no deberá dejar pasar por alto pues ellos ingresan a la provincia en las diferentes épocas del año y son en su mayoría jóvenes y adultos que disfrutan de los diferentes zonas turísticas con las que posee el país por lo tanto son de clase media y alta, los cuales tienen como sueldos entre \$318 en adelante lo que le permitirá comprar las artesanías del centro de producción y comercialización sobre todo contar con nuevos clientes logrando captar nuevos mercados que permitan la evolución del sector artesanal de tal manera que se logre convertir en uno de los sectores con mayor influencia de clientes permitiendo desarrollar el mercado actual y logrando el posicionamiento, siendo gestores y promotores de la

evolución y el desarrollo, convirtiéndolo en uno de los centros con mayor disponibilidad de materia prima y con accesibilidad de elaborar y fabricar diferentes productos derivados de los distintos materias prima que utilizara el prestigioso centro artesanal. A continuación se presenta el cuadro de clientes.

**CUADRO N° 10. Clientes**

<b>Clientes</b>	<b>Edad</b>	<b>Género</b>	<b>Estado Civil</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Factor que influye en la compra</b>
Jóvenes y Adultos de la Provincia de Santa Elena	20 a 50 años en adelante	Masculino Femenino	Solteros Casados Unión Libre Divorciados	\$200 , 399 en adelante	Diseño Calidad Precio
Locales comerciales que se dedican a la compra y venta de artesanías	20 años	Masculino Femenino	Solteros Casados Unión Libre Divorciados	\$200 , 399 en adelante	Diseño Calidad Precio
Turistas nacionales y extranjeros	20 a 50 años en adelante	Masculino Femenino	Solteros Casados Unión Libre Divorciados	\$200 , 399 en adelante	Diseño Calidad Precio

Fuente: Clientes

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

#### **4.1.4. Frecuencia de uso/ compra.**

Tenemos como factores determinantes en la frecuencia de compra de los clientes los siguientes puntos:

- ✓ La buena atención por parte de los colaboradores del centro artesanal.

- ✓ Deciden por la creatividad, calidad y variedad de los diseños en cada artículo artesanal y sobre todo por el precio.
- ✓ El espacio físico con el que va contar el centro de producción y comercialización de artesanías.
- ✓ Poder de adquisición que posee en cuanto a su nivel económico.

#### 4.1.5. Proyección de la demanda.

Para el respectivo cálculo de la demanda se tomó en consideración la población total en base a las edades de 20 años a 50 en adelante de toda la provincia de Santa Elena, la tasa de crecimiento poblacional, el porcentaje de mercado meta, el nivel socioeconómico del país y los datos de la investigación del mercado.

#### CENTRO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS

##### DATOS

##### POBLACIÓN

<b>Santa Elena</b>	<b>150229</b>
<b>TOTAL</b>	<b>150229</b>

##### MERCADO OBJETIVO

NIVEL SOCIOECONÓMICO	%	Habitantes	Mercado disponible	Interesados
C+	22,80%	34.252	16.503	14.819
<b>TOTAL</b>	<b>22,80%</b>	<b>34.252</b>	<b>16.503</b>	<b>14.819</b>

Fuente: Merado potencial

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Tasa de Crecimiento	
<b>Total crecimiento de la población</b>	<b>1,42%</b>

Fuente: Tasa de crecimiento

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

<b>Datos de la investigación de mercado</b>		
<b>Personas que acuden a artesanías</b>		48%
<b>Interesados en acudir a la centro</b>		90%

**Fuente:** Datos de la investigación de mercado

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Estimación de la demanda en unidades por un periodo de 10años:

<b>Estimación de la demanda para los próximos 10 años por unidades</b>	
<b>1</b>	14.808
<b>2</b>	16.289
<b>3</b>	17.918
<b>4</b>	19.709
<b>5</b>	21.680
<b>6</b>	23.848
<b>7</b>	26.233
<b>8</b>	28.857
<b>9</b>	31.742
<b>10</b>	34.916

**Fuente:** Estimación de la demanda por unidades

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

## **4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

En la provincia de Santa Elena existen varios lugares donde elaboran y comercializan artesanías elaboradas; de tagua, madera, fibra natural, tejido, bisutería etc.

### **4.2.1. Identificación de los competidores.**

Los principales competidores dentro de la provincia son:

Como competencia indirecta se determina a las artesanías que se comercializan en dos mangas ubicada en el cantón Santa Elena parroquia Manglaralto en donde elaboran diferentes artesanías con gran variedad de diseños con pecios

asequibles, los productos que ofrecen son; artesanías elaboradas de paja toquilla, madera, fibra natural, tagua etc.

Y como competencia directa se identificó a las artesanías chinas que se está comercializando actualmente ya que cuentan con una amplia variedad de artesanías ofreciendo un excelente servicio y acabados de calidad, otro de los factores que hace que estas artesanías sean competencia directa es la calidad que tienen al momento de fabricarla y a su vez los precios módicos que ofrecen.

El nivel de competencia que diferencia las artesanías chinas es la alta tecnología que aplica y el tiempo que ahorra en fabricarlas, el nivel representativo que esta obteniendo dentro del mercado representa una amenaza en base a las artesanías del centro artesanal. En el análisis de la oferta del centro de producción y comercialización de artesanías distingue como competencia a los siguientes lugares que comercializan artesanías ya que forman parte de un factor que influye dentro de los procesos en la oferta que se presenta a continuación:

**CUADRO N° 11. Competencia.**

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>DIRECCIÓN (PROVINCIA, CANTÓN)</b>	<b>PRODUCTO/ SERVICIO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
<b>INDIRECTA</b> Artesanías de Dos Mangas	Cantón Sata Elena- Parroquia Manglaralto	Artesanías elaborada de tagua; como pulseras anillos, collares. Artesanías de madera adornos decorativos, figuras, pulseras en base a fibra natural, entre otros.	No cuentan con un espacio físico adecuado para la respectiva comercialización de artesanías pero sin embargo utilizan sus estrategias de comercializan.
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>DIRECCIÓN (PROVINCIA, CANTÓN)</b>	<b>PRODUCTO/ SERVICIO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
<b>DIRECTA</b> Artesanías Chinas	Cantón La Libertad	Artesanías elaborada de tagua; como pulseras anillos, collares. Artesanías de madera adornos decorativos , figuras, etc.	No son productos elaborados en el país pero sin embargo tienen una excelente aceptación por sus bajos costos y una excelente calidad.

**Fuente:** Competencia

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

### 4.3. DEMANDA INSATISFECHA.

Dentro del estudio, se analizó la demanda insatisfecha que se detalla a continuación.

**CUADRO N° 12. Demanda Insatisfecha.**

<b>Demanda Insatisfecha</b>	
1	-2187
2	-2218
3	-2250
4	-2281
5	-2314
6	-2347
7	-2380
8	-2414
9	-2448
10	-2483

**Fuente:** Demanda Insatisfecha

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Esta tabla nos indica que existen clientes que no están satisfechos con el producto debido a que no cuenta cuentan con la suficiente capacidad instalada, y para ello deberán utilizar diferentes métodos para cubrir esta demanda en un periodo determinado mejorando los estándares de calidad y cubriendo con todo el mercado peninsular.

### 4.4. MARKETING MIX.

Las estrategias de marketing constarán de las cinco variables controlables, Producto, Precio, Plaza, Publicidad y Promoción, con las cuales se determinará el lugar más apropiado para comercializar el producto, así mismo se determinará el precio con el cual se logrará obtener un buen posicionamiento en el mercado y la

publicidad que se debe realizar en diferentes épocas establecidas por el centro de producción.

#### **4.4.1. Producto.**

El proyecto que se está planteando consiste en la creación de un centro de producción y comercialización de artesanías elaboradas de la madera, tagua, paja toquilla, fibra de banano o plátano, fibra de abacá, coco.

Si bien es cierto dentro de la franja costera de la provincia de Santa Elena existen diferentes lugares donde elaboran productos de estos materiales pero la empresa busca formalizar no solo en el mercado peninsular si no el nacional ya que actualmente no está completamente explotado. Es por esto que esta empresa brindará productos de calidad respetando las normas de calidad en los productos a ofrecer.

#### **Marca:**

La marca de la empresa está dada por factores primordiales como la publicidad, el empaque características y beneficios del producto logrando formalizar la marca a través de una gama de atributos donde los clientes se sientan identificados, obteniendo así el reconocimiento y el servicio que se ofrece por los vendedores o colaboradores.

La empresa considera importante la marca ya que es una manera de vender el producto silenciosamente, esto nos ayuda hacer reconocido a nivel local en cuanto a las artesanías que elabora los Artesanos de la Asociación Herencia Cultural.

Este último punto ayudara a obtener la fidelidad de los clientes y proveedores, reconociendo así la marca con su respectivo slogan **“El Arte en tus manos”**.

## Etiqueta:



Fuente: Etiqueta

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

## Empaque:

Fuente: Empaque



Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.



Los productos a ofrecer son los elaborados con paja toquilla que dentro de ellos encontramos binchas, bolsos, carteras, sombreros, individuales y monederos.

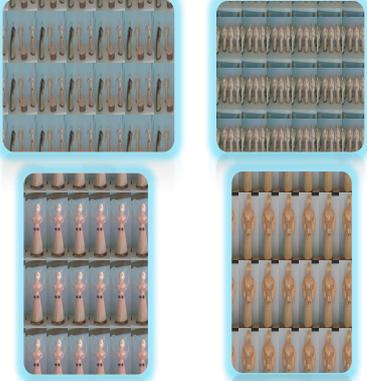
En el siguiente cuadro se presentan los diferentes productos artesanales con los que cuenta la Asociación de Artesanos Herencia Cultural los mismos que serán expuestos en el centro productor y comercializador de artesanías

**CUADRO N° 13. Productos elaborados de Paja Toquilla.**

PRODUCTOS	DESCRIPCION
	<p><b>Binchas:</b> elaboradas con paja toquilla cubierta con cinta y perlas, diferentes medidas y diseños.</p>
	<p><b>Monedero:</b> medidas circulares de 8centrimetros forradas de tela en la parte interior y sierre.</p>
	<p><b>Carteras:</b> elaboradas de diferentes medidas según las hormas, tejidas con diferentes diseños cubiertas de perlas cintas de acuerdo a los gustos y preferencias.</p>
	<p><b>Sombreros:</b> diferentes diseños y acabados según las medidas decorado con cintas de tela.</p>
	<p><b>Individuales:</b> variedad de diseños, diferentes medidas.</p>

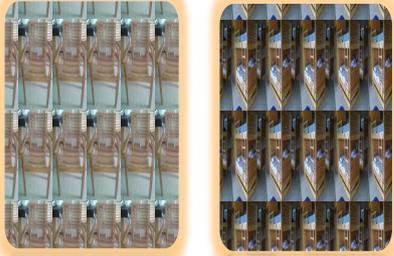
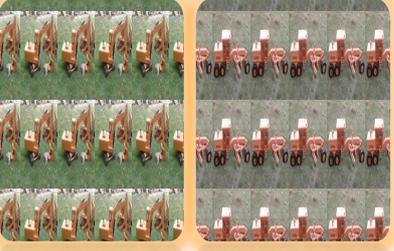
**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 14. Productos elaborados de Fibra de Abacá.**

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN
	<p>Angelitos, Nacimientos, figuras religiosas entre otros; elaborados con fibra de abacá de medidas desde 8 a 30</p>

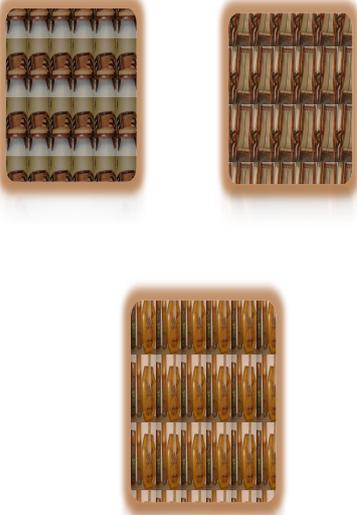
**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 15. Productos elaborados de Madera.**

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
	<p><b>Muebles</b> elaborados de cedro, teca, roble, laurel, los productos que se elaboran son; juegos de muebles, juego de comedor, sillas, adornos, entre otros.</p>
	<p><b>Juguetería:</b> Elaboración de diferentes figuras de maquinaria, carros etc. Diversidad de modelos y tamaños.</p>

**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 16. Productos elaborados de Caña Guadua.**

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN
	<p>Muebles, sillas, floreros, guitarras, veleros, camas, roperos variedades de productos elaborados con caña guadua con excelentes acabados</p>

**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

### **Estrategia de producto.**

Esta estrategia permitirá la evolución del producto obteniendo el desarrollo competitivo así los diferentes productos estrellas con la que cuenta la empresa tomando en consideración los siguientes aspectos:

### **Prestigio (o desnatado):**

Mercado imperceptible y difícil competencia.

Imagen de exclusividad, precio elevado, distribución selectiva.

### **Penetración:**

Amplio mercado, sensibilidad al precio y alta competencia.

Intentar obtener el mayor número de consumidores con precio bajo, comunicación masiva y distribución intensiva.

### **Crecimiento:**

- Rápido incremento de las ventas.
- Clientes masivos imitadores.
- Cobertura media-alta del mercado y mayor competencia.
- Costes unitarios menores y mayores beneficios.
- Objetivo: crear preferencia de marca.
- Producto: nuevos modelos y versiones.
- Precio: posibilidad de reducción.
- Distribución: intensiva, comunicación preventiva

### **Madurez:**

- Crecimiento vegetativo del mercado total.
- Segmentos diferenciados del mercado.

- Mercado masivo (saturación) y alta competencia.
- Menores inversiones y beneficios estables o decrecientes al final.
- Objetivo: fidelizar clientes de marca.
- Producto: diferenciados por segmentos.
- Precio: bajo.
- Distribución: intensiva, márgenes altos.
- Comunicación: persuasiva y de recuerdo.

### **MADUREZ: Estrategias**

- Modificación del producto (oferta): características intrínsecas (prestaciones) y extrínsecas (diseño o estilo).
- Modificación del mercado (demanda): uso de más variedades, consumo más frecuente, nuevos usos del producto.
- Modificación del marketing-mix: hacer el producto más atractivo y sobre todo competitivo.

### **DECLIVE**

- Descenso de las ventas.
- Clientes rezagados, especialización por segmentos rentables.
- Menos competencia.
- Disminución del beneficio.
- Objetivo: rentabilizar, relanzar o sustituir.
- Producto: básico.
- Precio: muy bajo.
- Distribución: selectiva.
- Comunicación: baja, de recuerdo.

#### **4.4.2. Precio.**

##### **Análisis histórico y actual de precios.**

El territorio ecuatoriano tiene a su favor aspectos que le permiten desarrollar el comercio interno, basado en las potencialidades de cada región y en las necesidades de sus habitantes.

La Costa produce todo tipo de artesanías destinadas a diferentes sectores comerciales del país. De igual forma, dentro de estas ciudades donde se destina las artesanías también cuentan con ella pero en poca escala no cuentan con una gran capacidad creativa.

La comercialización se realiza de acuerdo con los capitales disponibles por cada ciudadano o empresa que se dedica al comercio en calidad de vendedor o comprador.

Por tal motivo, el centro de producción y comercialización de artesanías tendrá que utilizar precios módicos para que pueda tener la aceptación en el mercado.

##### **Consideraciones del precio.**

El precio es la cantidad de dinero que se requiere para adquirir un producto, influye en los sueldos, alquiler, intereses y utilidades; como un establecimiento de recursos, de esta manera el precio determina lo que se producirá (oferta) y quién obtendrá los bienes y servicios producidos (demanda).

En la actualidad los consumidores acostumbran a comparar los precios de los productos o de algún servicio con los beneficios de poseerlos; por lo consiguiente, antes de determinar los precios, se debe comprender la relación entre precio y la demanda de por consiguiente, antes de determinar los precios, se debe comprender la relación entre precio y la demanda del producto.

En el caso del Centro de Producción y comercialización de Artesanías, los precios pueden verse afectados directamente por factores externos, causando un inevitable aumento de los mismos, bajo las siguientes circunstancias:

- ✓ Si se da un aumento en las materias primas empleadas para la elaboración de las artesanías derivadas de la paja toquilla, madera, fibra de abacá, caña guadua.
- ✓ Si se da un aumento de los insumos como: los materiales que utilizan
- ✓ Si se da un incremento salarial dictaminado por un decreto gubernamental.

Es decir, los precios varían si se dan cambios dentro del nivel general de los precios de los productos de primera necesidad y de los insumos; de igual forma si se presentan aumentos de tipo salarial, todo esto obligará a subir los precios ofertados por el servicio, sin embargo, está no puede ser desmedida, ya que la demanda puede verse afectada de forma negativa y darse una disminución de la misma; este análisis permite concluir que la variación de los precios afecta a la demanda de los productos que ofertará el servicio de artesanías en el centro de producción y comercialización.

#### **4.4.2.1. Estrategia de Fijación de precio.**

Las decisiones de fijación de precio para el Centro De Producción Y Comercialización De Artesanías están sujetas a los siguientes factores:

- ✓ De acuerdo a los costos de producción (Mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación).
- ✓ Al análisis de los precios de los competidores existentes en mercado esto permitirá obtener una competencia sana.
- ✓ Fijación de precios psicológicos, es decir, se considerará la psicología en los precios a que muchos consumidores utilizan el precio como indicador de calidad.

Debido al modelo de negocio del Centro De Producción Y Comercialización De Artesanías el precio promedio del producto esta principalmente determinado por el costo de la producción, siendo el margen bruto uno de los principales indicadores de resultados para la empresa. Sin embargo, el costo de los insumos, así mismo es establecido de acuerdo a las características económicas del mercado meta, es decir; el costo de la mercadería debe ser directamente proporcional a la disposición a pagar del mercado al cual se dirige el proyecto.

Para esto se ha tomado como referencia cinco artesanías principales que son: las carteras elaboradas de paja toquilla que rodean entre los \$15.00 a \$ 20.00 dólares, los angelitos elaborados de fibra de abacá de acuerdo a su tamaño rodean entre los \$16.00 hasta los \$50.00 sin embargo los más pequeños son más económicos, las camas entre los \$450 a \$600 dólares de acuerdo a la madera a utilizar. Juguetería (adornos de madera) desde los \$ 60.00 a \$120.00 según su tamaño, también se elabora artesanías de caña guadua como espejos que se encuentra entre los \$ 35.00.

#### **4.4.3. Estrategias de Distribución.**

Las estrategias de distribución permitirá que la empresa tenga solvencia y pueda obtener mayores canales de comercialización logrando focalizar los sistemas del producto así el mercado de manera indirecta o directa, obteniendo beneficio en el sector que va a desarrollar de manera eficiente a los productos obteniendo nuevos mercados y abasteciendo el sector con los producto en base a las tendencias de los mercados.

##### **4.4.3.1. Identificación del canal óptimo.**

El canal optimo que se tomó dentro del proceso de distribución y que influyen dentro de las políticas de precios, consumidor, productor, la calidad del producto y la coexistencia del consumidor final, de esta manera podemos decir que:

El canal óptimo donde se concentrara el centro de producción y comercialización de artesanías ubicadas en la comuna Libertador Bolívar, las personal encargadas de la entregar los productos a las personas destinadas de realizar la negociación en cada área de acuerdo al producto que se ira a vender al consumidor final.

Es por esto que se determinó el canal de distribución que se detalla a continuación:

**FIGURA N° 7. Canal de distribución de la empresa.**



**Fuente:** Canal de distribución de la empresa  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

#### **4.4.4. Promoción.**

La creación del Centro de Producción y Comercialización de artesanías permitirá que la Asociación de Artesanos Herencia Cultural realice programas de publicidad donde los habitantes puedan conocer los diferentes productos y servicios que ofrecen a nivel artesanal; de esta manera obtendrán mayor reconocimiento y beneficio para el centro artesanal.

Los medios a utilizar para la respectiva publicidad de las artesanías de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural serán para su respectivo proceso publicitario:

**Volantes:** Esta estrategia de publicidad se la utilizara con el fin de que los clientes conozcan y localicen el centro de producción y comercialización de las artesanías que estará ubicado en la comuna Libertador Bolívar recurriendo a sectores estratégicos con mayor frecuencia de habitantes.

**Programas de televisión y radio:** la participación de anuncios en diferentes medios comunicativos como lo es la televisión y el radio permitirá el acercamiento de nichos me mercados, obteniendo la atención de los clientes.

**Publicidad por medios informáticos:** se implementara la publicidad mediante las redes sociales más frecuentadas.

#### 4.4.4.1. Presupuesto de promoción.

El presupuesto que se realizó en base a las diferentes estrategias de publicidad que va a emplear el Centro Productor y Comercializador de artesanías Herencia Cultural, a continuación se detalla la tabla de presupuesto a desarrollar:

**CUADRO N°17. Presupuesto de Volantes.**

VOLANTES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO
Papeleria	500 copias	\$ 10,00
Recurso Humano	2 personas	\$ 50,00
Transporte y Alimentación	2	\$ 40,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 100,00</b>

Fuente: Presupuesto de Volantes

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

La empresa implementara esta esta publicidad mensualmente dando como valor total \$ 100,00 dólares mensual destinado solo a las volantes.

**CUADRO N° 18. Presupuesto de Televisión y Radio**

TELEVISIÓN Y RADIO	COSTO UNITARIO
Radio Amor	\$ 45,00
Radio la Chola	\$ 45,00
Espol Tv	\$ 80,00
Brisa Tv	\$ 80,00
Transporte y Alimentación	\$ 50,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300,00</b>

Fuente: Presupuesto de Televisión y Radio

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Otras de las estrategias de publicidad que se utilizara es la de televisión y radio que permitirá que los habitantes conozcan más sobre los productos que se elabora en el sector de Libertador Bolívar.

**CUADRO N° 19. Presupuesto medios informáticos.**

MEDIOS INFORMÁTICOS	COSTO UNITARIO
Twitter	\$ 25,00
Facebook	\$ 25,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50,00</b>

Fuente: Presupuesto medios informáticos  
Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Y para finalizar se emplearan medios informáticos que en la actualidad es una forma de vender a través de las redes sociales.

#### **4.4.5. Estrategias competitivas**

El centro productor y comercializador de artesanías brindara al mercado un producto de calidad mediante los respectivos procesos de elaboración, los mismos que serán comercializados en el centro artesanal satisfaciendo necesidades no solo del consumidor final sin no abasteciendo nuestro mercado meta cumpliendo de esta manera con los objetivo propuestos en la empresa.

Es por esto que la empresa competirá bajo niveles de diferenciación basados en sus procesos de producción y elaboración de las artesanías ofreciendo productos creativos de excelente calidad que permitan lograr la fidelidad de los clientes satisfaciendo de esta manera las necesidades y exigencias del mercado, ubicándose en uno de los centros con excelencia artesanal y creatividad en sus artículos artesanales, siendo entes competitivos liderando en costo y servicio.

## 4.5. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.5.1. Infraestructura de la empresa.

La Infraestructura que va a emplear el Centro productor y comercializador de artesanías “Herencia Cultural” en la Comuna Libertador Bolívar se presenta a continuación:

**FIGURA N° 8. Infraestructura de la empresa.**



**Fuente:** Infraestructura de la Empresa  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Esta infraestructura estará dividida por distintas áreas tales como el área Gerencial, área administrativas que son aquellas personas que no tienen relación directa con la fabricación de las artesanías, como son el departamento administrativo, ventas para que el producto sea comercializado en la provincia de Santa Elena y finalmente el área de producción.

#### 4.5.2. Capacidad instalada.

El Centro Productor y Comercializador de Artesanías tendrá como capacidad instalada la correcta infraestructura para los procesos productivos en cuanto al nivel tecnológico que dispone cada maquinaria es imprescindible que el centro artesanal cuente con la respectiva adecuación de las áreas productivas de cada proceso de producción así mismo para el respectiva comercialización.

#### 4.5.3. Ubicación del proyecto.



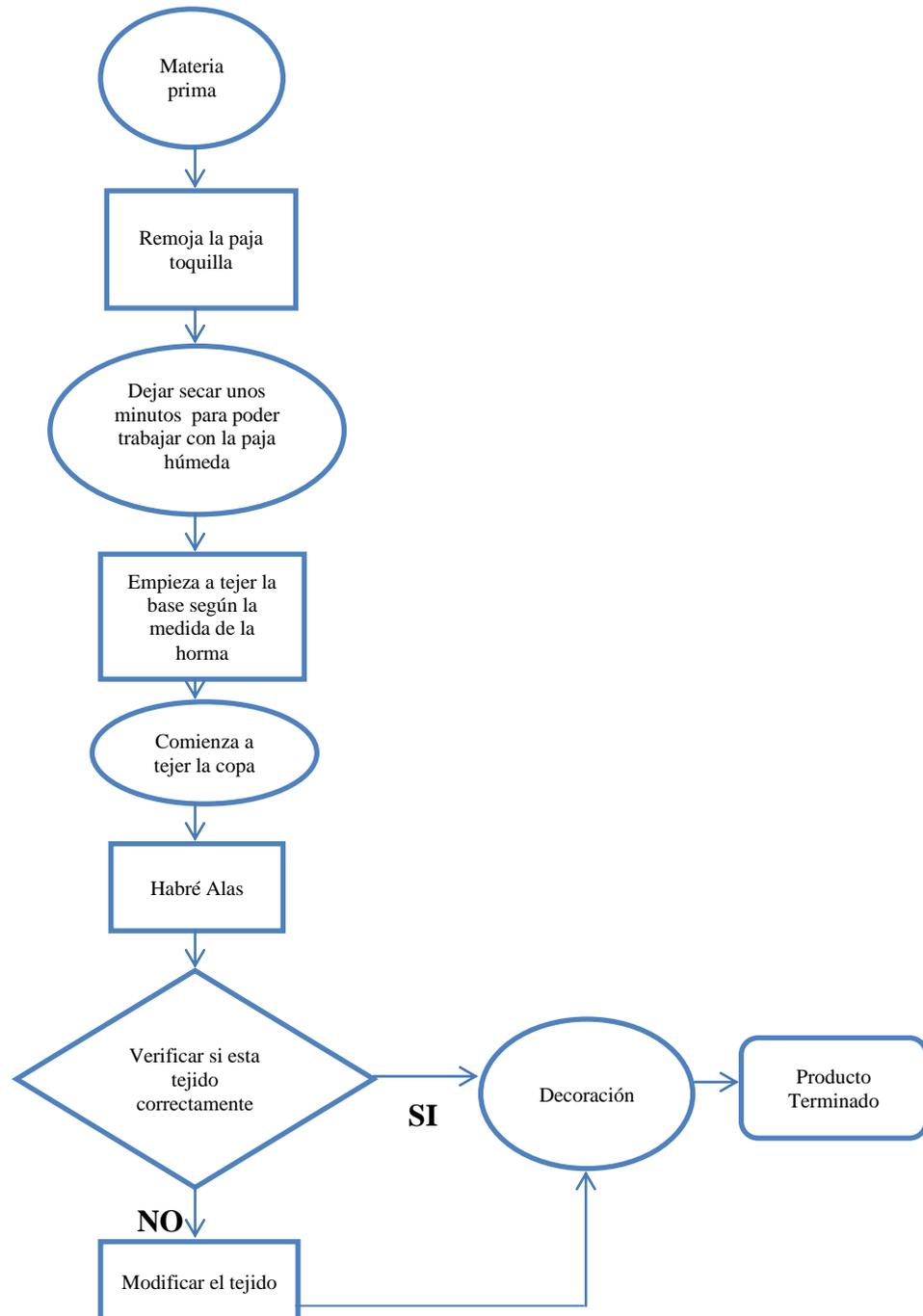
Fuente: Imágenes de Libertador Bolívar  
Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

El Centro de producción y comercialización de Artesanías “Herencia Cultural” estará ubicado en la zona muy concurrente y sobre todo favorable dentro de la comuna Libertador Bolívar, lo que permitirá el desarrollar del sector socio-económico de la actividad artesanal dentro de la comunidad.

#### 4.5.4. Descripción de los procesos.

##### 4.5.4.1. Diagrama de flujo de los procesos.

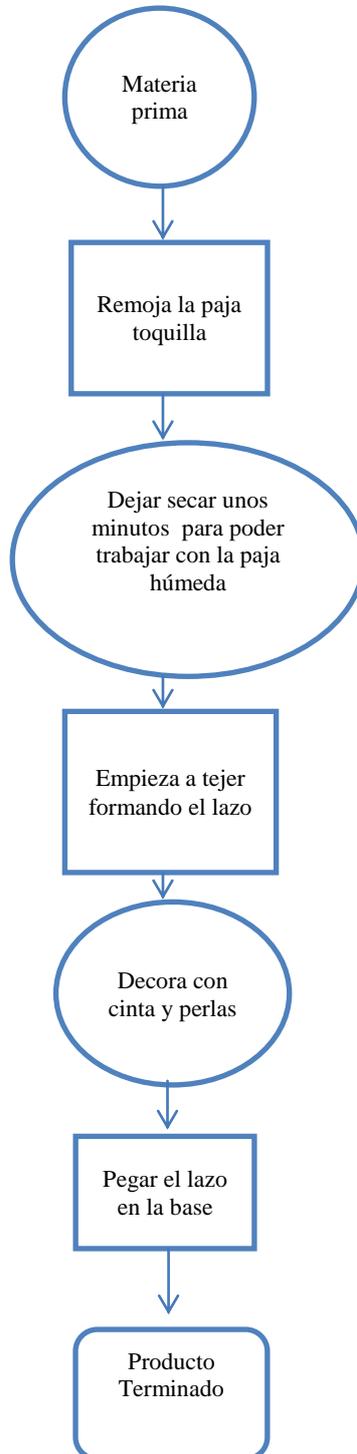
**FIGURA N° 9. Flujograma de la elaboración de sombreros y carteras.**



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

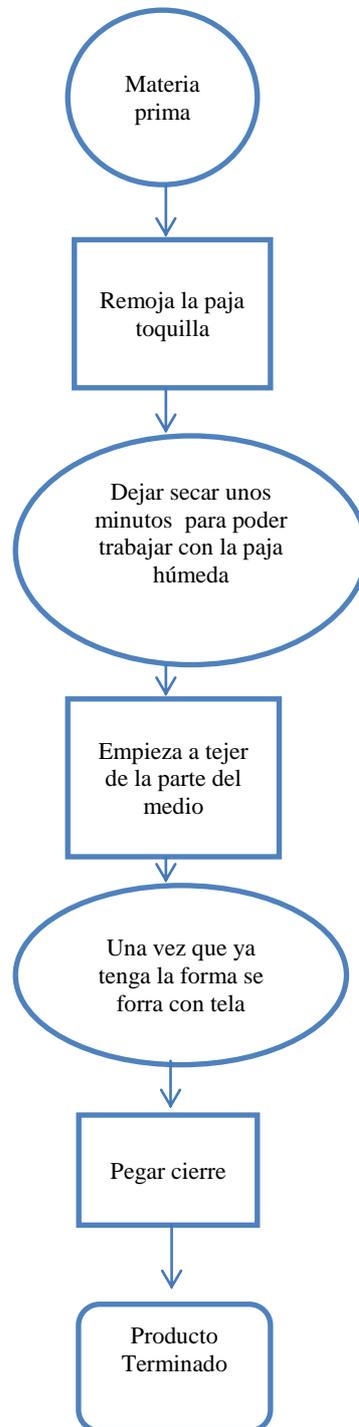
**FIGURA N° 10. Flujograma de la elaboración de binchas.**



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

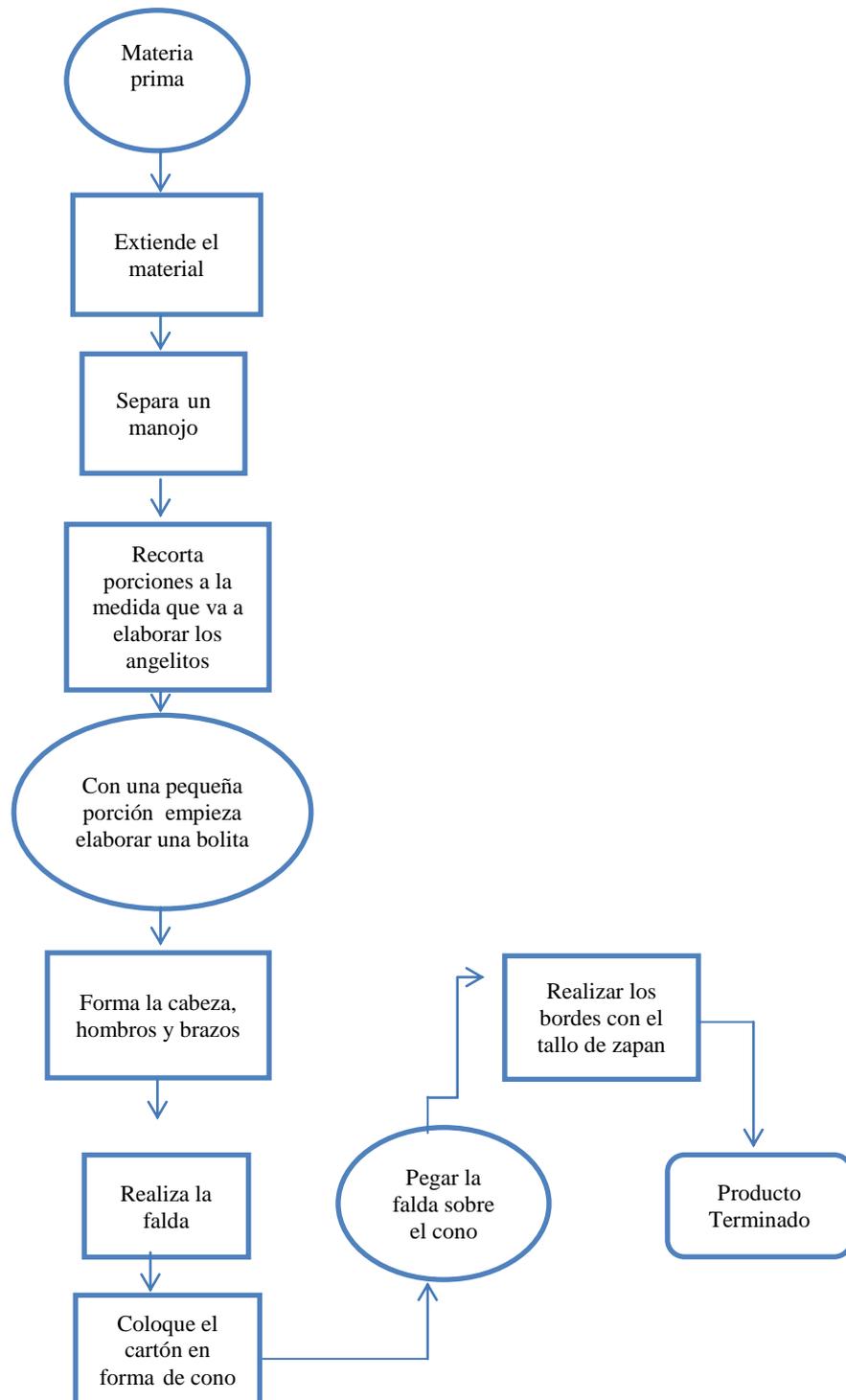
**FIGURA N° 11. Flujograma de la elaboración de monederos.**



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

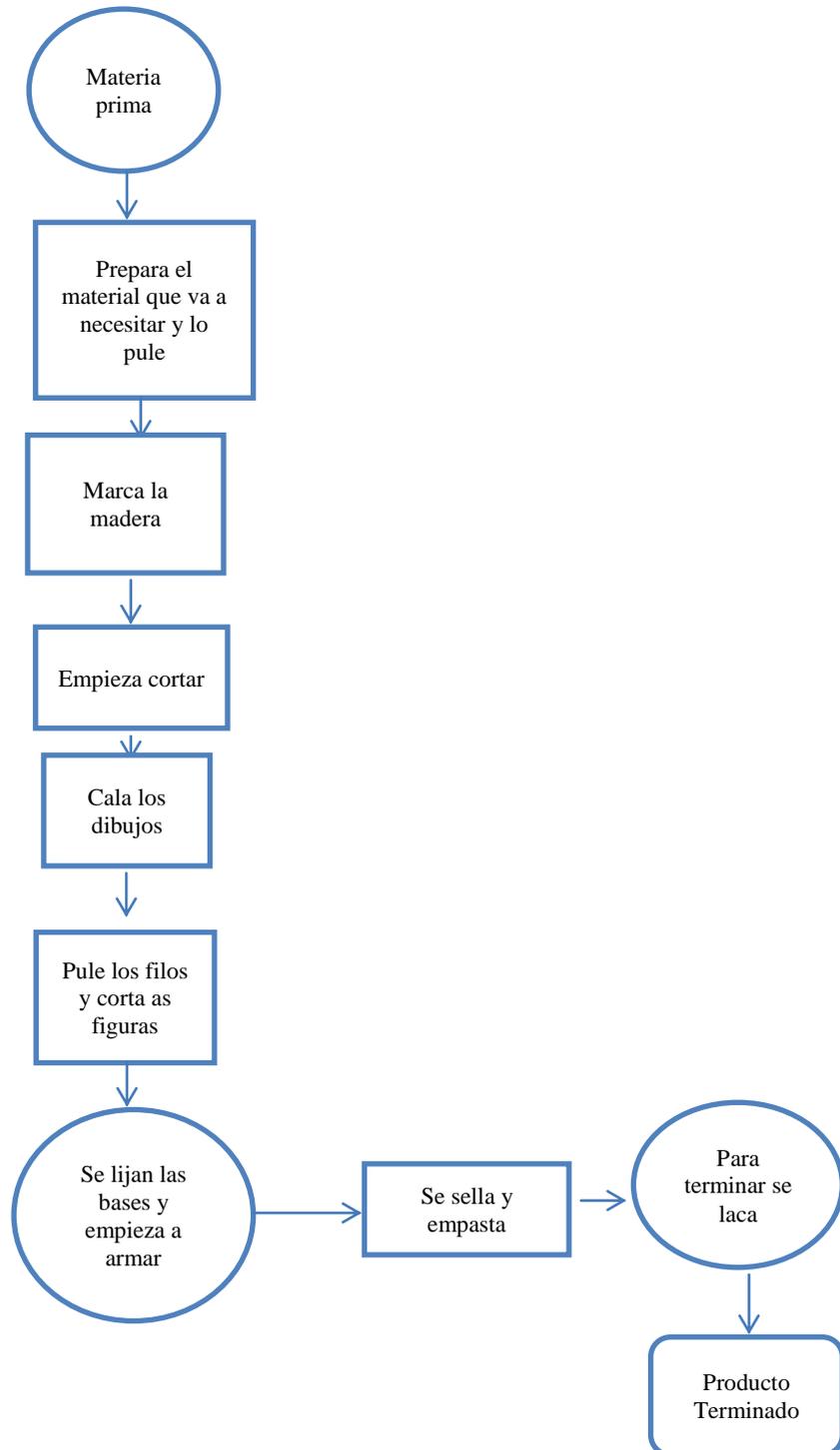
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 12. Flujograma de la elaboración de angelitos de fibra de abacá.**



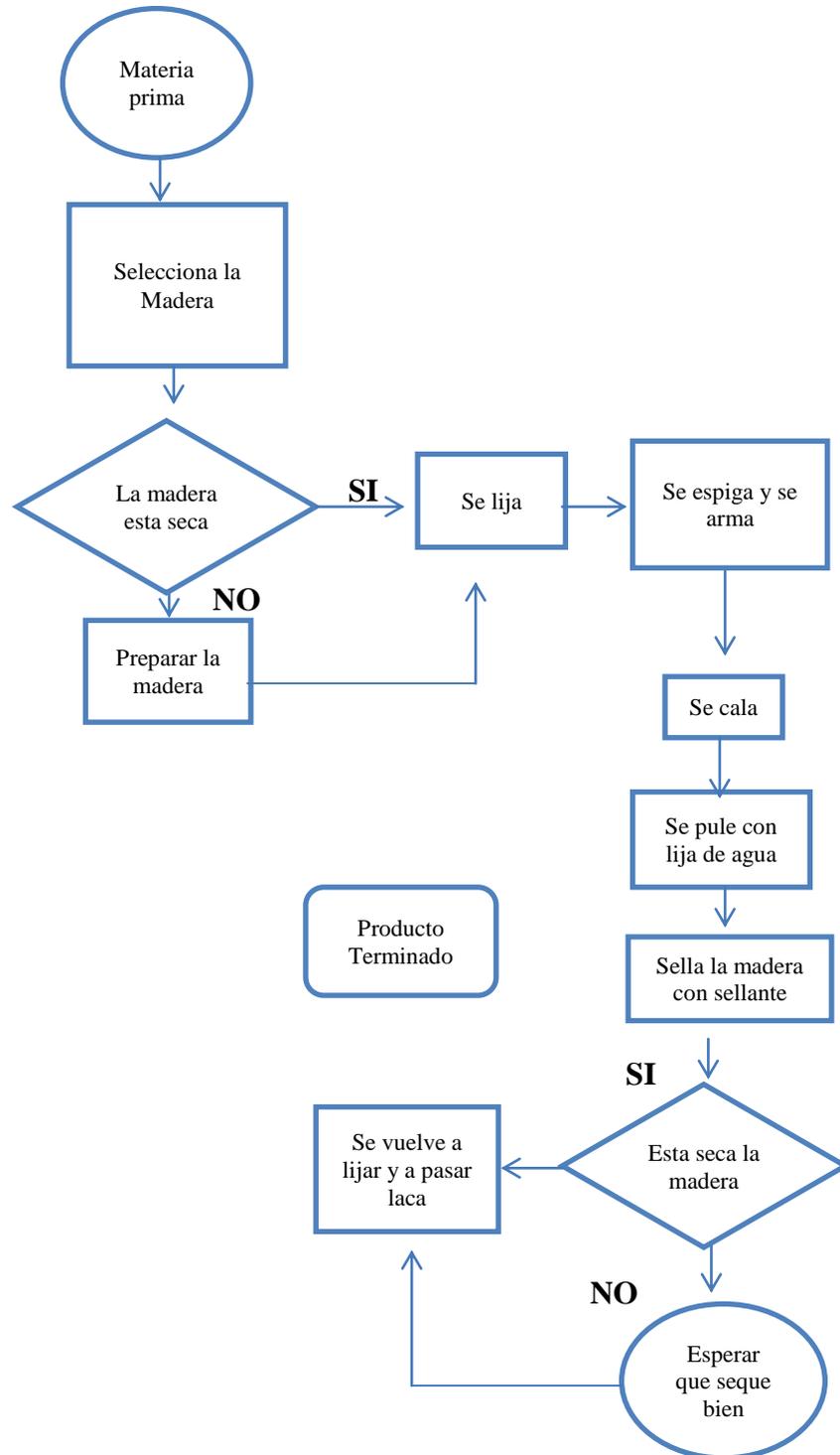
**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 13. Flujograma de la elaboración de carritos de madera.**



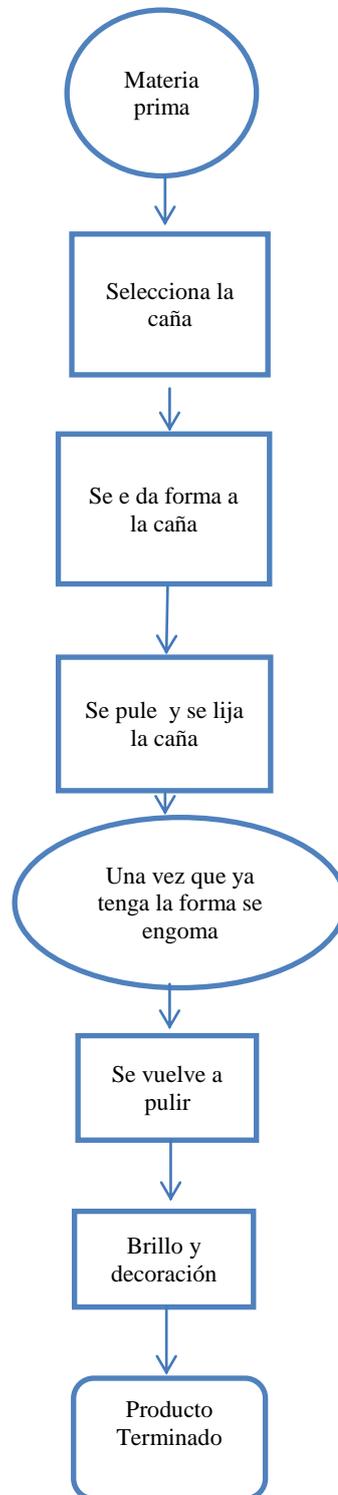
**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 14. Flujograma de la elaboración de carritos de madera.**



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

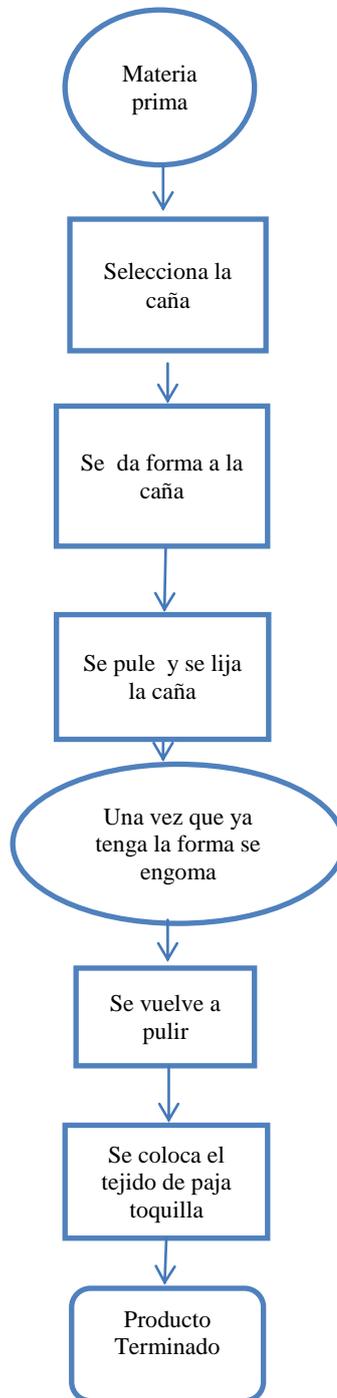
**FIGURA N° 15. Flujograma de la elaboración de lámparas de caña guadua.**



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**FIGURA N° 16. Flujograma de la elaboración de sillas perezosas de caña guadua.**



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

#### 4.5.5. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.

##### Maquinarias:

Para realizar un correcto desempeño en la fabricación de las Artesanías la empresa productora y comercializadora de artesanías se utilizara las siguientes maquinarias que servirán para los diferentes procesos de producción y elaboración de cada artículo artesanal.

**CUADRO N° 20. Maquinarias.**

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
<b>MAQUINARIAS</b>		
Taladro de mano	4	\$ 50,00
Taladro perforador de banco	2	\$ 689,00
Compresor de aire	2	\$ 879,00
Ingletadora de mesa	2	\$ 396,57
Lijadora Banda 6x9"	2	\$ 4.000,00
Escuadradora de sierra circular	2	\$ 12.500,00
Amoladora	3	\$ 259,00
Sierra caladora de banco	2	\$ 950,00
<b>Total</b>		<b>\$ 19.723,57</b>

Fuente: Maquinarias

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Estas máquinas ayudaran a la elaboración y fabricación de las artesanías y posteriormente a que tenga un excelente proceso de producción y sobre todo a alcanzar un excelente acabado con cada objeto a elaborar.

##### Muebles y enseres:

Es necesario que el centro productor y comercializador de artesanías “Herencia Cultural” utilice los siguientes muebles y enseres los mismos que facilitarán la comodidad de los colaboradores y los clientes de la empresa: los mismos que se presentan a continuación:

**CUADRO N° 21. Muebles y Enseres.**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
Escritorios	10	\$ 450,00
Sillas giratoria	10	\$ 47,00
Mesas de trabajo	4	\$ 100,00
Sillas	20	\$ 35,00
Ehhibidores	4	\$ 180,00
Archivadores	10	\$ 80,00
Sofas	2	\$ 180,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.072,00</b>

Fuente: Muebles y Enseres

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

### **Equipos:**

Para el efecto de las actividades administrativas se utilizarán los siguientes equipos de computación para desarrollar los respectivos procesos administrativos con eficiencia y eficacia.

**CUADRO N° 22. Equipos**

<b>EQUIPOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
Computadora Core i5 con impresora multifunción	10	\$ 650,00
UPC	10	\$ 50,00
Aire acondicionado Spilt	5	\$ 420,00
Teléfonos	6	\$ 60,00
Fax	1	\$ 80,00
Equipos de sonido	2	\$ 300,00
Dispensador de agua	1	\$ 50,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.610,00</b>

Fuente: Equipos

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Estos son los equipos que se utilizaran en el centro productor y comercializador de artesanías los mismos que serán utilizados para el correcto manejo administrativo llevando así un control de las diferentes actividades con las que va a contar o desempeñar los departamentos administrativos de la empresa.

## Herramientas:

Dentro de los procesos de elaboración de los artículos artesanales, la empresa utilizara las herramientas lo que permitirá a los artesanos obtener productos con excelente mano de obra.

**CUADRO N° 23. Herramientas.**

HERRAMIENTAS	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Crochet fino	Unidades	24	\$ 0,70
Crochet Grueso	Unidades	24	\$ 1,20
Cinta metrica	Unidades	4	\$ 5,00
Tijera	Unidades	8	\$ 5,00
Cuchillo	Unidades	16	\$ 1,00
Agujeta	Unidades	24	\$ 0,20
Martillo	Unidades	10	\$ 3,50
Juego de Formon	Juego	4	\$ 207,75
Serrucho	Unidades	10	\$ 5,00
Flexometro	Unidades	10	\$ 3,00
Escuadra	Unidades	8	\$ 3,00
Escorфина	Unidades	8	\$ 27,37
Destornillador	Unidades	8	\$ 9,00
Alicate	Unidades	8	\$ 2,00
Mascarillas	Unidades	36	\$ 0,50
Mandiles	Unidades	26	\$ 5,00
Base de binchas grandes	Unidades	24	\$ 2,60
Base de binchas pequeñas	Unidades	24	\$ 1,80
Hilo nylon	Unidades	20	\$ 2,50
Goma	Unidades	20	\$ 9,00
Solución	Galones	30	\$ 6,00
Brujita	Unidades	500	\$ 1,80
Carton	Metro	50	\$ 2,00
Diluyente	Galones	30	\$ 5,00
Clavo	Libras	150	\$ 1,10
Laca	Litros	150	\$ 3,00
Lapiz	Unidades	40	\$ 0,20
Sierra	Unidades	40	\$ 3,00
Barniz	Litros	100	\$ 2,50
Agua			
Luz			
Camisas	Unidades	10	\$ 10,00
<b>Total</b>			<b>\$ 329,72</b>

Fuente: Herramientas

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

#### **4.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL**

Dentro del presente capítulo se podrá conocer el nombre de la empresa productora y comercializadora de artesanías la misma que corresponde Asociación De Artesanos Herencia Cultural S.A (A.A.H.C), por brindar el beneficio de desarrollo al sector artesanal de mencionada comuna. Es necesario enfatizar que este tipo de Organización corresponde a una sociedad anónima formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, para posteriormente obtener una eficiente organización.

El cumplimiento de lo planificado podrá ser permitido por el estudio administrativo y organizacional de la empresa, a través de un control de calidad en la producción y atención brindada a los consumidores.

##### **4.6.1. Marco Legal.**

Por un lado es necesario registrarse a las normativas de la Superintendencia de compañías según el artículo 143, pues ésta es la única que puede aprobar la constitución de la empresa siempre y cuando se haya determinado quiénes son sus accionistas y quiénes son sus representantes judiciales. Por otro lado por ser considerado un negocio y realizar actos de comercio también dichas actividades deben estar regidas por el actual código de comercio ecuatoriano.

De igual manera este organismo controla el cumplimiento de la entrega de los balances generales para que la empresa no tenga inconsistencia y refleje fielmente la situación financiera de la compañía en cada periodo fiscal.

Es de vital importancia para el correcto funcionamiento de la empresa el análisis de La Ley Orgánica del Régimen de Reglamento Interno pues dentro de los respectivos periodos fiscales se tendrá que considerar y cancelar a tiempo ciertos

valores por concepto de impuesto a la renta, impuesto al valor agregado y varios impuestos y tasas municipales.

En la actualidad es conocimiento público la obligatoriedad de cada compañía a la afiliación de sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social por lo cual los administradores y dueños de la empresa deben afiliar a sus trabajadores y de igual manera generar el aporte correspondiente para cada integrante del negocio.

#### **4.6.2. Acta de constitución.**

Es necesario recordar cada uno de los aspectos legales que se ha mencionado con anterioridad y que previa la constitución de la empresa se debe reunir cada uno de los fundadores para debatir ciertos temas como por ejemplo:

1. Número de asociados.
2. Sistema de administración.
3. Patrimonio y aporte de asociados.
4. Aprobación de estatutos.

Dentro de esta acta se debe plasmar la voluntad de constituir dicha empresa, conservar el original y presentar a la Cámara de Comercio una copia auténtica junto con los estatutos de la entidad.

#### **Modelo De Acta De Constitución**

Entidad Anónima

En la ciudad de \_\_\_\_\_, siendo las \_\_\_\_\_(a.m./p.m.), del día \_\_\_\_\_, del año \_\_\_\_\_, se reunieron en \_\_\_\_\_ las siguientes personas (constituyentes o fundadores), con el objeto de constituir una

Entidad Sin Ánimo de Lucro, del tipo de (indicar si es una fundación, o asociación o corporación o una entidad del sector solidario, o asociación mutua, o veeduría ciudadana, etc.):

Nota: Incluya los nombres de todos los asistentes a la reunión de constitución, que sean constituyentes y/o fundadores de la misma. Si hay personas jurídicas, indique el nombre de la persona jurídica y de su representante legal (allegue certificado de existencia y representación legal).

Nombre Completo.....  
Domicilio (Ciudad o Municipio).....  
Identificación.....

Los constituyentes y/o fundadores, han acordado desarrollar el siguiente:

Orden del Día:

- Designación de Presidente y Secretario de la reunión.
- Manifestación de voluntad de constituir una Entidad Sin Ánimo de Lucro.
- Aprobación de los Estatutos.
- Nombramiento de Directivos, Representante Legal y Órganos de Fiscalización (fiscal, revisor fiscal).
- Aportes Sociales
- Lectura y aprobación del texto integral del acta.

1. Designación De Presidente Y Secretario De La Reunión.

Se designó como PRESIDENTE de la reunión a \_\_\_\_\_  
y como SECRETARIO de la reunión a \_\_\_\_\_

identificados como aparece al pie de sus firmas, quienes tomaron posesión de sus cargos.

## 2. Manifestación De Voluntad De Constituir Una Entidad Sin Ánimo De Lucro.

Los constituyentes y/o fundadores relacionados en la presente acta, manifestaron su voluntad de constituir una entidad sin ánimo de lucro, del tipo de (indicar si es una fundación, o asociación o corporación o una entidad del sector solidario o una asociación mutua o una veeduría ciudadana), personas jurídica de derecho privado, de las reguladas, en lo pertinente, por el Decreto 2150 de 1995, el Decreto 427 de 1996, las disposiciones especiales (relacionar las normas que regula el tipo de entidad que se constituye) y demás normas concordantes, denominada \_\_\_\_\_ y cuya sigla será (la sigla es opcional) \_\_\_\_\_.

## 3. Aprobación De Los Estatutos

El presidente de la reunión hace énfasis en que para la constitución de la \_\_\_\_\_ (indicar el nombre o la razón social de la entidad que se constituye), se han observado todas las disposiciones legales vigentes y se han conformado los estatutos según lo indicado en las normas especiales que la regulan.

Una vez elaborados y analizados los estatutos de la entidad sin ánimo de lucro que se constituye, los constituyentes y/o fundadores dieron su APROBACIÓN por unanimidad (si hay votación, indicar el porcentaje de aprobación), indicando que se adjuntan a la presente acta y forman parte integral de la misma.

## 4. Nombramiento De Directivos, Representante Legal Y Órganos De Fiscalización (Fiscal, Revisor Fiscal).

De conformidad con lo previsto en los estatutos que rigen a la entidad, se aprobó por unanimidad (si hay votación, indicar el porcentaje de aprobación) la designación de las siguientes personas para integrar sus órganos de administración y fiscalización:

a. Representante Legal: (indicar el cargo previsto en los estatutos y nombre el suplente si lo hay).

Nombre: \_\_\_\_\_

Documento de identificación No. \_\_\_\_\_

b. Junta Directiva: (indicar el número de miembros, según los estatutos)

Principales:

Nombre	Documento de identificación No.
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Suplentes:

Nombre	Documento de identificación No.
_____	_____
_____	_____
_____	_____

c. Revisor Fiscal (Este nombramiento no es obligatorio para todas las entidades, solamente para las Fundaciones, Cooperativas, Fondos de Empleados, Asociaciones Mutuales, y las demás entidades en las que sus activos a 31 de

Diciembre del año anterior sean superiores a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes).

Nombre \_\_\_\_\_

No. de identificación \_\_\_\_\_

d. Fiscal:

Nombre \_\_\_\_\_

No. de identificación \_\_\_\_\_

Todos los designados, estando presentes han manifestado complacidamente su aceptación a los cargos y han expresado su compromiso y entrega para el ejercicio de sus funciones (También puede allegar carta de aceptación de los cargos, firmada por cada uno de los nombrados):

#### 5. Lectura Y Aprobación Del Acta

Sometida a consideración de los constituyentes, la presente acta fue leída y aprobada por unanimidad (si hay votación, indicar el porcentaje de aprobación) y en constancia de todo lo anterior se firma por el presidente y secretario de la reunión.

\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE

C.C.

\_\_\_\_\_  
SECRETARIO

C.C.

RECUERDE: Que los constituyentes y/o el presidente y el secretario de la reunión, deben hacer presentación personal ante notario o ante juez, conservar el original firmado de los documentos de constitución ( acta y estatutos) y entregar

para registro en Cámara de Comercio una copia auténtica o copia secretarial de los mismos.

Modelo De Carta De Aceptación De Un Nombramiento Entidad Sin Ánimo De Lucro

(Ciudad y Fecha)

Señor

(Nombre del representante legal)

Representante legal

(Nombre de su entidad)

Ciudad

Referencia: Aceptación De Nombramiento

Respetado señor:

He sido comunicado de mi designación para el cargo de (indicar el cargo para el cual fue designado y que está aceptando) de (indicar el nombre de sus entidad) frente a lo cual manifiesto mi gustosa aceptación y me comprometo a ejercer fielmente mis funciones.

Agradezco su confianza

Cordialmente

(Firma de quien acepta el cargo)

---

(Nombre del designado que acepta el cargo)

#### **4.6.3. Misión.**

La empresa posee como misión lograr una excelente relación estratégica y de confianza mutua con los consumidores que requieran productos artesanos con altos grados de calidad e innovación, a precios asequibles, que permitan crecer de manera permanente en el mercado artesanal. Mejorando la calidad de los procesos y logrando una mayor satisfacción en la economía de las familias de la comuna y en los consumidores finales.

#### **4.6.4. Visión.**

Consolidarnos como una empresa productora de alto nivel tanto a nivel local como internacional, logrando la máxima satisfacción del cliente colocando a disposición artículos y bienes artesanales de alta calidad. Contando con un personal comprometido con la labor que permite que cada política de calidad se cumpla a cabalidad.

La empresa dentro de cinco años se convertirá en la productora y comercializadora líder en el mercado artesanal, para ello contará con varias sucursales ubicadas estratégicamente brindando así nuevas plazas de trabajo y oportunidades de desarrollo social.

#### **4.6.5. Objetivo general.**

Dentro de las metas que ha establecido el centro artesanal para un correcto desempeño tiene como objetivo general:

Mejorar los niveles de comercialización de las artesanías a través del buen desempeño de los colaboradores y el correcto manejo de los recursos, logrando el posicionamiento del Centro Productor y Comercializador de artesanías “**HERENCIA CULTURAL**” en la Provincia de Santa Elena.

#### **4.6.5.1. Objetivos Específicos.**

- Ofrecer productos de calidad siendo siempre coherentes, honrados y responsables para mayor satisfacción de los clientes.
- Implementar la innovación y la tecnología para presentar variedad de productos.
- Identificar los diseños de los productos a través de los gustos y preferencias de los consumidores.
- Incrementar las ventas realizadas a través de estrategias publicitarias logrando una mayor rentabilidad en la empresa.
- Llevar un correcto control de la situación financiera de la empresa a través de los estados financieros

#### **4.6.6. Análisis FODA de la empresa.**

##### **F.O.D.A**

##### **Fortalezas**

- Variedad de Diseños
- Materia Prima
- Sus productos no producen daños ambientales
- Alta creatividad en los artesanos

##### **Oportunidades**

- Canales de Comercialización
- Ferias y Exposiciones nacionales
- Existencia de procesos de mejoramiento productivo artesanal
- Leyes vigentes

- Mayor reconocimiento del turismo de la comuna ofertando sus artesanías

### **Debilidades**

- Niveles bajos de producción debido a la falta de herramientas
- Desinterés Colectivo por parte de los artesanos
- Escasa Publicidad sobre las artesanías que producen en el sector
- No cuenta con Tecnología

### **Amenazas**

- Crecimiento de los Intermediarios
- Aumento de la Competencia
- Reducción progresiva de los volúmenes de producción
- Existencia de productos sustitutos

#### **4.6.7. Valores institucionales.**

Los valores que serán implementados en el centro productor y comercializador de artesanías “Herencia Cultural” son:

**Honestidad:** los intereses colectivos de los colaboradores de la empresa deben prevalecer en la transparencia de los principios de la ética profesional alcanzando los propósitos misionales.

**Lealtad:** cuidar la confidencialidad y el respeto de información que se maneja dentro y fuera de la institución evitando conflictos dentro de ella.

**Convivencia:** uno de los secretos más relevantes dentro de una organización y que los llevara al éxito empresarial es mantener el dialogo en la interacción y buen manejo de conflictos ya que esto permitirá el desenvolvimiento de cada colaborador mejorando manteniendo así un ambiente laboral armónico.

**Respeto:** involucra la aceptación y comprensión de las condiciones inherente de los diferentes procesos de mejora continua que permita en progreso en lo material y espiritual.

**Solidaridad:** el espíritu y la disposición de colaborar y apoyar a los compañeros que necesitan ayuda son primordiales dentro de la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

**Justicia:** procuramos brindar a cada colaborador o que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asiste.

**Pertenencia:** conservamos las aspiraciones y la motivación de aportar con el desarrollo institucional mediante las diferentes habilidades y capacidades intelectuales que posee cada colaborador convirtiendo su proyecto de vida en proyecto laboral.

**Tolerancia:** Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.

**Responsabilidad Institucional:** la eficiencia y el excelente manejo de los recursos al realizar las actividades cumpliendo con eficiencia y calidad los objetivos propuestos por la institución.

#### **4.6.8. Actividades de la empresa.**

Dentro de las diferentes actividades que se desempeña en la empresa productora y comercializadora de artesanías, podemos mencionar las principales actividades que ejercen este grupo humano y las secundarias que efectivamente se llevan a efecto en la organización, que a continuación se detallan a continuación:

#### **4.6.8.1. Actividades principales.**

Las actividades principales que posee la empresa es la producción y comercialización de productos artesanales los mismos que son elaborados con diferentes materias primas (insumo).

Este proceso debe de pasar por su respectivo procesos de transformación donde es tratada para su respectiva elaboración del producto artesanal, para posteriormente finalizar con un producto totalmente acabado, utilizando estrategias de comercialización que permitan que el producto tenga una respectiva venta fina a diferentes sectores comerciales, ya sea consumidores finales, locales etc.

#### **4.6.8.2. Actividades secundarias.**

Las actividades secundarias conocidas también como actividades de apoyo ayudaran a la organización de la empresa en base a los siguientes puntos:

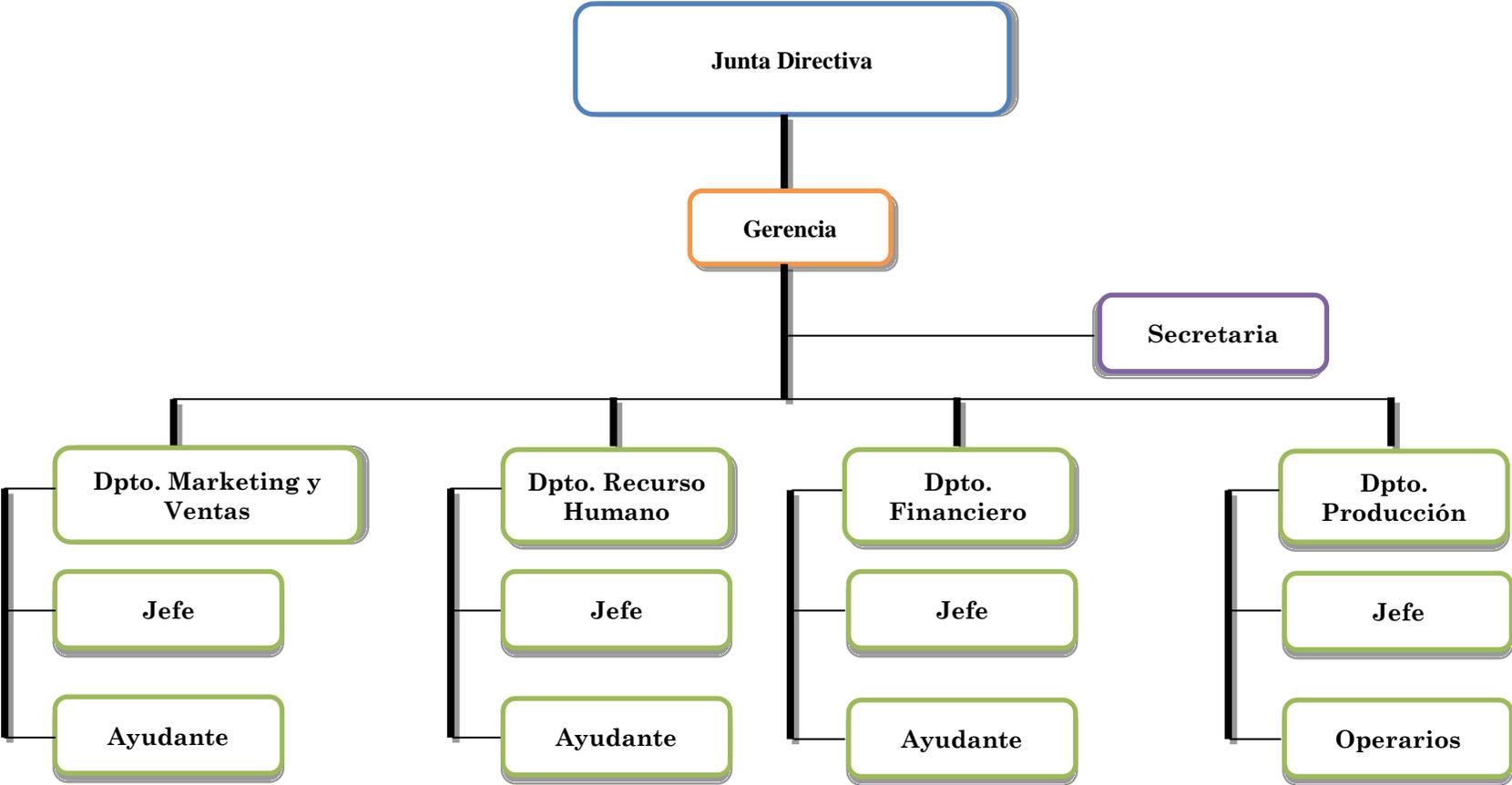
- ✓ El almacenamientos de los productos, materia prima e insumos
- ✓ La buena administración del recurso humano con el que cuenta la empresa
- ✓ El desarrollo de la Tecnología a utilizar
- ✓ La correcta administración de los diferentes procesos contables de la empresa.

#### **4.6.9. Estructura orgánica administrativa.**

##### **4.6.9.1. Organigrama estructural.**

A continuación se presenta la estructura organizacional que se manejará en la empresa y los diferentes departamentos con la que esta institución cantara tomando en cuenta la importancia que se debe de tener los responsables de cada área a desempeñar formando grandes colaboradores:

**FIGURA N° 17. Organigrama de la empresa.**



Fuente: Organigrama  
Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

#### **4.6.9.2. Responsabilidades de los departamentos.**

Descripción de los departamentos encargados del Centro de producción y comercialización Herencia Cultural S.A.

##### **Gerente General**

Persona responsable de todas las decisiones de la empresa y el correcto manejo de la organización.

Se encargará de:

- ✓ Supervisar las operaciones de cada uno de las áreas.
- ✓ Responsable de todas las actividades de la empresa.
- ✓ Dirigir, implementar y controlar estrategias y políticas de la empresa.
- ✓ Responsable del crecimiento de la empresa en el mercado local.

Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- ✓ Presentación ejecutiva.
- ✓ Experiencia mínimo 3 años.
- ✓ Profesional en administración de empresas o carreras afines, preferiblemente con cuarto nivel de estudio.
- ✓ Dinámico con mentalidad empresarial.
- ✓ Hombre o mujer de 20 a 30 años.
- ✓ Controlar el personal a su cargo y tomar decisiones.
- ✓ Mantener la moral alta en sus grupo de colaboradores bajo motivaciones
- ✓ Excelente comunicación oral, corporal y neo-lingüística
- ✓ Ser buen líder
- ✓ Controlar las diferentes áreas administrativas de la empresa
- ✓ Gestionar capacitaciones para los colaboradores.

### **Jefe De Producción:**

Persona responsable de controlar el área de producción y la calidad de las materias prima

Se encargará de:

- ✓ Llevar un control de los insumos que se gastan, de los desperdicios y de la producción.
- ✓ Supervisar la calidad del producto elaborado.
- ✓ Capacitación y control de los operadores y trabajadores de la empresa.

Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- ✓ Profesional en el área industrial, producción y bodega.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ Edad: de 20 a 30 años.
- ✓ Excelente presencia.
- ✓ Excelente manejo de utilitarios.
- ✓ Imprescindible que sea una persona dinámica, muy organizada, Con sentido común y habilidad numérica.

### **Jefe Financiero**

Responsable de desempeñar el área financiera para el correcto manejo de los estados financieros.

Se encargará de:

- ✓ Velar y monitorear la disponibilidad de Fondos
- ✓ Administración del Capital
- ✓ Preparación y análisis de la información financiera

- ✓ Planeación y control financiero
- ✓ Estructura Financiera
- ✓ Preparación y evaluación de proyectos. Planes de Negocios
- ✓ Valoración de Empresas

Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- ✓ Experiencia mínimo 3 años.
- ✓ Profesional en finanzas o carreras afines, preferiblemente con cuarto nivel de estudio.
- ✓ Hombre o mujer de 20 a 30 años.
- ✓ Controlar los estados financieros para la tomar decisiones.
- ✓ Mantener la moral alta en sus grupos, debe ser buen líder.

### **Secretaria**

Persona que desempeña diferentes funciones para el correcto desempeño de los colaboradores de a organización.

Se encargará de:

- ✓ Ser puntuales en todas sus actividades de funciones.
- ✓ Reclutar las soluciones de servicio por parte del departamento de servicio al cliente.
- ✓ Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento de los servicios.
- ✓ Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- ✓ Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.

- ✓ Obedecer y realizar las instrucciones que el jefe le asigne.
- ✓ Operar eficientemente
- ✓ Llevar el control necesario de los diferentes materiales de la oficina.

Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- ✓ Experiencia mínimo 2 años.
- ✓ Profesional en carreras afines.
- ✓ Hombre o mujer de 20 a 30 años.
- ✓ Controlar los estados financieros para la tomar decisiones.
- ✓ Mantener la moral alta en sus grupos, debe ser buen líder.

### **Operarios**

Son personas que se encargaran de ayudar o ejercer con responsabilidad los diferentes procesos de producción y elaboración de las artesanías

Se encargará de:

- ✓ Construir y reparar los diferentes artículos artesanales.
- ✓ Operar máquinas, equipos y herramientas, en la ejecución de las diversas operaciones que demanda la elaboración de cada artesanía
- ✓ Ejecutar el acabado del producto con procedimientos y técnicas de pintado, laqueado y otros.
- ✓ Seleccionar y preparar los materiales.
- ✓ Ejecutar el ensamblado, montaje y fijación de las fabricaciones de las artesanías.
- ✓ Desempeñar otras funciones que le indique su jefe inmediato superior.
- ✓ Realizar los diferentes procesos para el respectivo proceso de elaboración de los productos artesanales.

Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- ✓ Conocimientos de carpintería
- ✓ Buena presencia y actitud
- ✓ Experiencia laboral mínimo 1 año
- ✓ Hombre o Mujer entre las edades de 20 a 40 años
- ✓ Buen desempeñar e área a desempeñar
- ✓ Dispuesto a aprender e impartir sus conocimientos con sus compañeros.

### **Marketing Y Ventas**

Responsable de las diferentes estrategias a implementar a la empresa, el base a los procesos de publicidad y venta.

Se encargará de:

- ✓ Promover las ventas
- ✓ Tener un control de las necesidades del consumidor
- ✓ Establecer contacto con los distribuidores para satisfacer la demanda del mercado.
- ✓ Distribuir el producto en el momento necesario
- ✓ Proporcionar la atención adecuada a los clientes con un servicio amable, oportuno y honesto.
- ✓ Verifica la existencia del producto para la confirmación de pedidos.
- ✓ Llevar un perfecto control de los pedidos, preparación y entrega de los mismos.
- ✓ Supervisar la atención a los clientes para que estos queden satisfechos con el servicio otorgado.
- ✓ Supervisar las rutas de ventas en toda la ciudad.
- ✓ Informar semanalmente al departamento administrativo los resultados de las operaciones realizadas

Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- ✓ Experiencia mínimo 2 años.
- ✓ Bachillero o profesional en comercialización y ventas o alguna carrera a fin.
- ✓ Hombre o mujer de 20 a 30 años.
- ✓ Ser profesional mínimo con título de tercer nivel
- ✓ Tener conocimiento de os diferentes procesos de ventas
- ✓ Tener conocimiento de publicidad
- ✓ Manejar y controlar las diferentes áreas asignada bajo su rama profesional.
- ✓ Conocer los reglamentos de la institución.

#### **Recursos Humanos:**

La persona responsable de este departamento se encargara de desempeñar su rol llevando un control de las habilidades y destrezas de cada colaborador de la empresa.

Las funciones que desempeñara:

- ✓ Reclutar el personal
- ✓ Ayudara a gestionar el debido proceso de selección del personal
- ✓ Describir las funciones y actividades a desempeñar cada departamento
- ✓ Realizar programas de concurso de méritos

Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- ✓ Experiencia mínima de 2 años
- ✓ Profesional en la rama o alguna profesión a fin
- ✓ Hombre o Mujer de 25 años 40
- ✓ Conocer los diferentes reglamento de las leyes que ampara a los colaboradores
- ✓ Conocer los reglamentos de la institución

## **4.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.**

Para determinar la viabilidad del proyecto, se ha tomado en consideración la inversión inicial, el financiamiento, la proyección de las ventas y demás componentes que guiará la toma de decisiones.

Estos indicadores serán de gran ayuda a los administradores para evaluar los costos incurridos y si la empresa tendrá la capacidad necesaria para conseguir la liquidez y solvencia a lo largo del tiempo.

### **4.7.1. Inversión inicial.**

La inversión inicial está conformada por los activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo que se adquirirá para poner en funcionamiento el Centro de producción y comercialización de artesanías.

Es de vital importancia, conocer los equipamientos que se adquirirán dentro de la institución artesanal y si estos cumplen con los requerimientos que demanda la empresa para ofrecer un producto y servicio de calidad convirtiéndonos en una entidad eficaz.

#### **4.7.1.1. Activos fijos.**

Los activos fijos son aquellos equipos que sirven de apoyo, para que las personas que integran una empresa realicen su trabajo de manera eficaz y eficiente. Tomando en cuenta algunos procesos que se debe de tener en cuenta para el correcto manejo de los mismos.

A continuación, se presenta la siguiente información que muestra la inversión inicial de activos que se realizará la Asociación de Artesanos “Herencia Cultural” en el Centro de producción y comercialización de artesanías de los cuales se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 25. Inversión de activos fijos.**

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>MAQUINARIAS</b>			
Taladro de mano	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Taladro perforador de banco	2	\$ 689,00	\$ 1.378,00
Compresor de aire	2	\$ 879,00	\$ 1.758,00
Ingletadora de mesa	2	\$ 396,57	\$ 793,14
Lijadora Banda 6x9"	2	\$ 4.000,00	\$ 8.000,00
Escuadradora de sierra circular	2	\$ 12.500,00	\$ 25.000,00
Amoladora	3	\$ 259,00	\$ 777,00
Sierra caladora de banco	2	\$ 950,00	\$ 1.900,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorios	10	\$ 450,00	\$ 4.500,00
Sillas giratoria	10	\$ 47,00	\$ 470,00
Mesas de trabajo	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Sillas	20	\$ 35,00	\$ 700,00
Exhibidores	4	\$ 180,00	\$ 720,00
Archivadores	10	\$ 80,00	\$ 800,00
Sofas	2	\$ 180,00	\$ 360,00
<b>EQUIPOS</b>			
Computadora Core i5 con impresora multifunción	10	\$ 650,00	\$ 6.500,00
UPC	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Aire acondicionado Split	5	\$ 420,00	\$ 2.100,00
Teléfonos	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Fax	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Equipos de sonido	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Dispensador de agua	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 57.946,14</b>

**Fuente:** Inversión de Activos Fijos

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

La inversión que se realizará es de \$57.946,14, que consiste en la adquisición de maquinarias destinadas para el departamento de producción, los muebles y enseres que se distribuirán gran parte al área administrativa de la empresa. Mientras que los equipos serán parte indispensable para la ejecución de las tareas empresariales de toda la organización.

#### 4.7.1.2. Activos intangibles.

El grupo de los activos intangibles, lo conforman las inversiones realizadas al momento de constituir la empresa productora y comercializadora de artesanías, siendo este un requerimiento fundamental para el correcto funcionamiento de la misma y conseguir la personalidad jurídica que respalda su postura en el mercado local.

**CUADRO N° 26. Inversión de activos intangibles.**

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
Cuerpo de Bomberos	\$ 15,00
Certificado de no deudor	\$ 14,00
Certificado de funcionamiento	\$ 250,00
Certificado de servicio técnico	\$ 1,00
	<b>\$ 280,00</b>

**Fuente:** Inversión de Activos Intangibles  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

La inversión que se realizará en los activos intangibles será de \$280, en el que consta los diferentes lineamientos a realizar para el respectivo proceso inicial tales como: el permiso del cuerpo de bomberos, el certificado de no deudor, el certificado de funcionamiento y el certificado de servicio técnico, esto permitirá que la organización conozcan sus respectivos gastos.

#### 4.7.1.3. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es el costo que permite a la empresa a iniciar sus actividades productivas por esto, se detalla el proceso que se realizó para el cálculo del valor invertido en este rubro que presenta el siguiente cuadro donde se detalla con mayor exactitud los diferentes lineamientos que se consideró para la correcta inversión de los diferentes factores a evaluar:

### CUADRO N° 27. Inversión de capital de trabajo.

	ENE	FEB	MAR	AB	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VENTAS (CANTIDAD)		1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234
TOTAL EN VENTAS		\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 112.902,00</b>										

EGRESOS	ENE	FEB	MAR	AB	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>												
MATERIA PRIMA		\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00	\$ 96.998,00
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54	\$ 7.247,54
CIF		\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96	\$ 6.709,96
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 110.955,50</b>										
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55	\$ 4.685,55
GASTOS DE VENTA	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
GASTOS POR SERVICIOS	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>	<b>\$ 5.435,55</b>

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO MAXIMO DEFICIT ACUMULADO	ENE	FEB	MAR	AB	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INGRESO MENSUAL	\$ -	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00	\$ 112.902,00
EGRESO MENSUAL	\$ 5.435,55	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05	\$ 116.391,05
SALDO	\$ (5.435,55)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)	\$ (3.489,05)
SALDO ACUMULADO	\$ (5.435,55)	\$ (8.924,60)	\$ (12.413,66)	\$ (15.902,71)	\$ (19.391,76)	\$ (22.880,81)	\$ (26.369,86)	\$ (29.858,91)	\$ (33.347,96)	\$ (36.837,02)	\$ (40.326,07)	\$ (43.815,12)

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 5.435,55</b>
---------------------------	--------------------

**Fuente:** Inversión de capital de trabajo  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

La inversión será de \$5.435,55 de acuerdo al cálculo realizado en base a los gastos que se incurrirán en el primer mes de funcionamiento.

#### 4.7.1.4. Obras físicas.

Se efectuará una inversión para la adquisición del terreno y los materiales de construcción que serán destinados para la edificación de la empresa.

**CUADRO N° 28. Inversión de obras físicas.**

ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tablas semiduras	Unidades	240	\$ 10,50	\$ 2.520,00
Clavos construcción 2 1/2" - 25K	Libra	500	\$ 0,85	\$ 425,00
Baldes	Unidades	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Agua				\$ 600,00
Luz				\$ 500,00
Arena negra gruesa	m <sup>3</sup>	9	\$ 150,00	\$ 1.350,00
Tomacorrientes Ticino Modus Pol/110V.	Unidades	28	\$ 2,00	\$ 56,00
Tubos para cables eléctricos	Unidades	180	\$ 7,13	\$ 1.283,40
Tubos P. Rosc 1/2 * 6M	Unidades	180	\$ 8,10	\$ 1.458,00
Cables #12	Metro	400	\$ 2,20	\$ 880,00
Tomillos	Unidades	256	\$ 0,18	\$ 46,08
Caja rectangular	Unidades	128	\$ 0,65	\$ 83,20
Cinta Aislante	Unidades	20	\$ 0,35	\$ 7,00
Destornilladores	Unidades	8	\$ 1,50	\$ 12,00
Cinta Teflon 12MMx10M	Unidades	50	\$ 0,35	\$ 17,50
Manguera Lavamanos	Unidades	7	\$ 4,10	\$ 28,70
Cañas Rollizas	Unidades	100	\$ 4,00	\$ 400,00
Union Rosc Polimex 1/2"	Unidades	80	\$ 0,45	\$ 36,00
Llave Paso PV 1/2 Manija Red	Unidades	80	\$ 9,38	\$ 750,40
Alicates	Unidades	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Serrucho	Unidades	25	\$ 7,00	\$ 175,00
Flexometros	Unidades	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Martillos	Unidades	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Mano de obra	Unidades	20	\$ 1.590,00	\$ 31.800,00
Bloque Liviano PL -1ST-9	Unidades	15000	\$ 0,50	\$ 7.500,00
Varillas 8 MMx12M	Unidades	800	\$ 1,00	\$ 800,00
Rollo de alambre	Libra	70	\$ 1,00	\$ 70,00
Brochas	Unidades	15	\$ 3,00	\$ 45,00
Codo para tubos 1/2"*450	Unidades	360	\$ 0,65	\$ 234,00
Bondex Standard Cerámica (25Kg)	Unidades	90	\$ 4,60	\$ 414,00
Groutex Porcelana PF Beige 2Kg	Funda	80	\$ 1,82	\$ 145,60
Cemento Holcim Rocafuerte 50 K	Saco	500	\$ 7,00	\$ 3.500,00
Cortadora de cerámica	Unidades	8	\$ 23,00	\$ 184,00
Palas	Litros	10	\$ 6,50	\$ 65,00
Baldes	Unidades	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Pintura	Tarros	100	\$ 15,00	\$ 1.500,00
Cerámicas Murano Beige 45x30	Metro	200	\$ 18,00	\$ 3.600,00
Lavamanos	Unidades	7	\$ 30,00	\$ 210,00
Inodoros	Unidades	7	\$ 45,00	\$ 315,00
Niveladores	Unidades	7	\$ 80,00	\$ 560,00
Lámparas	Unidades	200	\$ 4,00	\$ 800,00
Yeso	Metro	100	\$ 12,00	\$ 1.200,00
Llaves de paso	Unidades	7	\$ 9,40	\$ 65,80
Llaves para lavaderos	Unidades	7	\$ 7,00	\$ 49,00
Interruptores	Unidades	22	\$ 5,00	\$ 110,00
Panel para Breaker	Unidades	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Puertas	Unidades	17	\$ 25,00	\$ 425,00
Briagas	Unidades	34	\$ 3,00	\$ 102,00
Chapas	Unidades	17	\$ 10,00	\$ 170,00
Manguera Inodoros	Unidades	7	\$ 4,25	\$ 29,75
Terreno				\$ 20.000,00
Zinc	Unidades	180	\$ 8,00	\$ 1.440,00
<b>Total obras físicas</b>				<b>\$ 86.222,43</b>

Fuente: Inversión de Obras Físicas

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

En total, se efectuará una inversión de \$ 86.222,43 en la obra física que será ubicada en la comuna Libertador Bolívar.

#### 4.7.1.5. Resumen de inversión inicial.

Para obtener una mejor visualización de la inversión que se realizará, se presenta la siguiente tabla que consolida la información mostrada anteriormente:

**CUADRO N° 29 Inversión Inicial.**

INVERSIONES	
EQUIPOS	\$ 57.946,14
OBRAS FISICAS - TERRENO	\$ 86.222,43
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5.435,55
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 280,00
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 149.884,12</b>

**Fuente:** Inversión de capital de trabajo  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Como se observa, la totalidad del valor que se destinará para adquirir los equipos, realizar la obra física, obtener el capital de trabajo y sustentar el gasto de constitución será de \$149.884,12.

#### 4.7.2. Financiamiento.

El financiamiento se volverá en una de las fuentes de obtención de dinero, para equiparar la inversión realizada. Por esto es necesario, conocer cuál será el valor del préstamo que se realizará, el tiempo de pago, la tasa de interés y otros costos incurridos al momento de obtener dicho financiamiento, ya que es importante para la creación del centro de producción y comercialización de artesanías conocer este proceso que orientara a la empresa.

##### 4.7.2.1. Amortización de la deuda.

Toda deuda al momento de ser pagada, ya sea en partes o su totalidad, se amortiza de acuerdo al tiempo que estipula la entidad financiera y a los intereses que esta

genera. A continuación, se detalla el capital que se colocará y el préstamo con sus componentes:

**CUADRO N° 30. Mecanismos de aportación de la inversión.**

CAPITAL PROPIO	\$ 44.965,24
DEUDA	\$ 104.918,89
TASA DE INTERES DE LA DEUDA	11,20% anual
PERIODO DE LA DEUDA	5 años

**Fuente:** Mecanismos de aportación de la inversión  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Para comprobar los pagos que se realizarán de la deuda para que este quede saldada durante el periodo dado, se muestra la siguiente tabla.

**CUADRO N° 31. Amortización de la deuda.**

PERIODO	PAGO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CAPITAL VIVO
0				\$ 104.918,89
1	\$ 28.530,90	\$ 11.750,92	\$ 16.779,98	\$ 88.138,90
2	\$ 28.530,90	\$ 9.871,56	\$ 18.659,34	\$ 69.479,56
3	\$ 28.530,90	\$ 7.781,71	\$ 20.749,19	\$ 48.730,38
4	\$ 28.530,90	\$ 5.457,80	\$ 23.073,10	\$ 25.657,28
5	\$ 28.530,90	\$ 2.873,62	\$ 25.657,28	\$ -

**Fuente:** Amortización de la deuda  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**4.7.3. Proyección de ventas.**

Las ventas son mecanismos que ayudan a obtener el ingreso indispensable para cubrir los gastos que incurre la empresa para realizar sus actividades. En este proceso se observa los productos que ofrecerá el Centro de producción y comercialización y el nivel de ventas esperado de acuerdo a la demanda estipulada.

**CUADRO N° 32. Productos que se comercializarán con sus respectivos precios.**

VENTAS POR PRODUCTOS PRODUCIDOS MENSUAL		
DESCRIPCIÓN	TOTAL DE PRODUCCION	PRECIO
Sombreros de paja toquilla	290	\$ 12,00
Carteras	293	\$ 20,00
Angelitos de fibra abacá	278	\$ 7,00
Carros y tractores de madera	193	\$ 60,00
Juegos de sala de caña guadua	180	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>1234</b>	

**Fuente:** Productos que se comercializan  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 33. Proyección de la demanda.**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS (CANTIDAD)	14808	16289	17918	19709	21680
TOTAL EN VENTAS	\$ 1.241.922,00	\$ 1.366.114,20	\$ 1.502.725,62	\$ 1.652.998,18	\$ 1.818.298,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 1.241.922,00</b>	<b>\$ 1.366.114,20</b>	<b>\$ 1.502.725,62</b>	<b>\$ 1.652.998,18</b>	<b>\$ 1.818.298,00</b>
	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS (CANTIDAD)	23848	26233	28857	31742	34916
TOTAL EN VENTAS	\$ 2.000.127,80	\$ 2.200.140,58	\$ 2.420.154,64	\$ 2.662.170,10	\$ 2.928.387,11
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 2.000.127,80</b>	<b>\$ 2.200.140,58</b>	<b>\$ 2.420.154,64</b>	<b>\$ 2.662.170,10</b>	<b>\$ 2.928.387,11</b>

**Fuente:** Proyección de la Demanda  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Según los datos presentados, tenemos que el total de ventas para el primer año es de 14.808 productos distribuidos entre los sombreros de paja toquilla, las carteras, los angelitos de fibra abacá, carros y tractores de madera, y los juegos de sala de caña guadua dando un total de ingresos de \$1'241.922,00.

#### 4.7.4. Costos operativos y gastos.

Los costos operativos del Centro, están distribuidos de acuerdo a la mano de obra, materia prima y costos indirectos que se originan en el proceso de producción de las artesanías y demás bienes que se comercializarán. Adicionalmente, se presenta los gastos administrativos, de venta y por concepto de servicios.

##### 4.7.4.1. Costos operativos proyectados.

A continuación se presenta los costos operativos de la empresa según el número de productos que se comercializará:

**CUADRO N° 34. Costos de los costos indirectos de fabricación.**

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Crochet fino	Unidades	24	\$ 0,70	\$ 16,80
Crochet Gueso	Unidades	24	\$ 1,20	\$ 28,80
Cinta metrica	Unidades	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Tijera	Unidades	8	\$ 5,00	\$ 40,00
Cuchillo	Unidades	16	\$ 1,00	\$ 16,00
Agujeta	Unidades	24	\$ 0,20	\$ 4,80
Martillo	Unidades	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Juego de Formon	Juego	4	\$ 207,75	\$ 831,00
Serrucho	Unidades	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Flexometro	Unidades	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Escuadra	Unidades	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Escorфина	Unidades	8	\$ 27,37	\$ 218,96
Destornillador	Unidades	8	\$ 9,00	\$ 72,00
Alicate	Unidades	8	\$ 2,00	\$ 16,00
Mascarillas	Unidades	36	\$ 0,50	\$ 18,00
Mandiles	Unidades	26	\$ 5,00	\$ 130,00
Base de binchas grandes	Unidades	24	\$ 2,60	\$ 62,40
Base de binchas pequeñas	Unidades	24	\$ 1,80	\$ 43,20
Hilo nylon	Unidades	20	\$ 2,50	\$ 50,00
Goma	Unidades	20	\$ 9,00	\$ 180,00
Solución	Galones	30	\$ 6,00	\$ 180,00
Brujita	Unidades	500	\$ 1,80	\$ 900,00
Carton	Metro	50	\$ 2,00	\$ 100,00
Diluyente	Galones	30	\$ 5,00	\$ 150,00
Clavo	Libras	150	\$ 1,10	\$ 165,00
Laca	Litros	150	\$ 3,00	\$ 450,00
Lapiz	Unidades	40	\$ 0,20	\$ 8,00
Sierra	Unidades	40	\$ 3,00	\$ 120,00
Barniz	Litros	100	\$ 2,50	\$ 250,00
Agua				\$ 400,00
Luz				\$ 2.000,00
Camisas	Unidades	10	\$ 10,00	\$ 100,00
<b>Total</b>				<b>6.709,96</b>

**Fuente:** Costos de los costos indirectos de fabricación  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 35. Costos de la materia prima.**

PRODUCTOS	MATERIA PRIMA
Materia Prima Sombreros de paja toquilla	\$ 8,00
Materia Prima Carteras	\$ 15,00
Materia Prima Angelitos de fibra abacá	\$ 4,00
Materia Prima Carros y tractores de madera	\$ 47,00
Materia Prima Juegos de sala de caña guadua	\$ 445,00

**Fuente:** Costos de la materia prima  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 36. Costos de la mano de obra.**

MANO DE OBRA DIRECTA	
Sueldo operarios	\$ 7.247,54
Total produccion	1234
MOD	\$ 5,87

**Fuente:** Costos de la mano de obra  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 37. Proyección de los costos operativos.**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	\$ 1.066.978,00	\$ 1.154.150,10	\$ 1.248.444,17	\$ 1.350.442,05	\$ 1.460.773,17
MANO DE OBRA	\$ 79.722,92	\$ 86.236,28	\$ 93.281,79	\$ 100.902,91	\$ 109.146,68
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 73.809,56	\$ 79.839,80	\$ 86.362,71	\$ 93.418,55	\$ 101.050,84
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 1.220.510,48</b>	<b>\$ 1.320.226,19</b>	<b>\$ 1.428.088,67</b>	<b>\$ 1.544.763,51</b>	<b>\$ 1.670.970,69</b>
	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
MATERIA PRIMA	\$ 1.580.118,34	\$ 1.709.214,01	\$ 1.848.856,79	\$ 1.999.908,39	\$ 2.163.300,91
MANO DE OBRA	\$ 118.063,96	\$ 127.709,79	\$ 138.143,68	\$ 149.430,02	\$ 161.638,45
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 109.306,70	\$ 118.237,05	\$ 127.897,02	\$ 138.346,21	\$ 149.649,09
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 1.807.489,00</b>	<b>\$ 1.955.160,85</b>	<b>\$ 2.114.897,49</b>	<b>\$ 2.287.684,61</b>	<b>\$ 2.474.588,45</b>

**Fuente:** Proyección de los costos operativos  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

De acuerdo a los datos presentados, tenemos que el total de costo en el primer año en cuanto a la materia prima es de \$1'066.978,00; el costo de la mano de obra es de \$79.722,92 y los costos indirectos de fabricación es de \$73.809,56 obteniendo un total de costos operativos de \$1'220.510,48.

#### 4.7.4.2. Gastos proyectados.

Los gastos incurridos por el Centro, se originan de las áreas que no se dedican a la producción de las artesanías, en este caso, la gerencia, el área de marketing y ventas, el área financiera y el de recursos humanos.

#### CUADRO N° 38. Gastos administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 4.068,55	\$ 24.807,27
SUMINISTROS	\$ 617,00	\$ 5.320,50
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 4.685,55</b>	<b>\$ 30.127,77</b>

Fuente: Gastos administrativos

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

#### CUADRO N° 39. Sueldos y salarios.

PERSONAL										
No DE TRABAJ.	CARGO	SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL	SUELDO MENSUAL
				13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones			
1	Gerente	450	5400	450,00	318,00	450,00	225,00	602,10	7.445,10	620
1	Secretaria	318	3816	318,00	318,00	318,00	159,00	425,48	5.354,48	446
3	Jefes Administrativos	400	4800	400,00	318,00	400,00	200,00	535,20	6.653,20	1663
1	Jefe Operarios	400	4800	400,00	318,00	400,00	200,00	535,20	6.653,20	554
3	Ayudantes	318	3816	318,00	318,00	318,00	159,00	425,48	5.354,48	1339
15	Operarios	318	3816	318,00	318,00	318,00	159,00	425,48	5.354,48	6693

Fuente: Sueldos y salarios

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

#### CUADRO N° 40. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	GASTO MENSUAL	GASTO TOTAL ANUAL
Resma de papel	8	\$ 4,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Esferos	36	\$ 0,30	\$ 10,80	\$ 129,60
Lápices	36	\$ 0,30	\$ 10,80	\$ 129,60
Tinta de impresora	18	\$ 20,00	\$ 360,00	\$ 2.880,00
Perforadora	9	\$ 3,50	\$ 31,50	\$ 31,50
Grapadora	9	\$ 3,00	\$ 27,00	\$ 27,00
Clip (caja)	9	\$ 1,20	\$ 10,80	\$ 129,60
Borrador	9	\$ 0,40	\$ 3,60	\$ 43,20
Corrector	9	\$ 1,50	\$ 13,50	\$ 162,00
Grapas	18	\$ 1,00	\$ 18,00	\$ 216,00
Goma	18	\$ 2,50	\$ 45,00	\$ 540,00
Sacagrapas	18	\$ 3,00	\$ 54,00	\$ 648,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 617,00</b>	<b>\$ 5.320,50</b>

Fuente: Suministros de oficina

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 41. Gastos de venta.**

GASTOS DE VENTA				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
Volante	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Televisión y radio	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Medios informáticos	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 450,00</b>	<b>\$ 450,00</b>	<b>\$ 5.400,00</b>

Fuente: Gastos de Venta

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 42. Gastos por servicio.**

GASTO POR SERVICIOS	MENSUAL	ANUAL
Agua	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Luz	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Teléfono	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>TOTAL GASTOS POR SERVICIOS</b>	<b>\$ 300,00</b>	<b>\$ 3.600,00</b>

Fuente: Gastos de Servicios

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 43. Gastos proyectados.**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 30.127,77	\$ 32.589,21	\$ 35.251,74	\$ 38.131,81	\$ 41.247,18
GASTOS DE VENTA	\$ 5.400,00	\$ 5.841,18	\$ 6.318,40	\$ 6.834,62	\$ 7.393,01
GASTOS POR SERVICIOS	\$ 3.600,00	\$ 3.894,12	\$ 4.212,27	\$ 4.556,41	\$ 4.928,67
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 39.127,77</b>	<b>\$ 42.324,51</b>	<b>\$ 45.782,42</b>	<b>\$ 49.522,84</b>	<b>\$ 53.568,86</b>
	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 44.617,08	\$ 48.262,29	\$ 52.205,32	\$ 56.470,50	\$ 61.084,13
GASTOS DE VENTA	\$ 7.997,01	\$ 8.650,37	\$ 9.357,11	\$ 10.121,58	\$ 10.948,52
GASTOS POR SERVICIOS	\$ 5.331,34	\$ 5.766,91	\$ 6.238,07	\$ 6.747,72	\$ 7.299,01
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 57.945,43</b>	<b>\$ 62.679,58</b>	<b>\$ 67.800,50</b>	<b>\$ 73.339,80</b>	<b>\$ 79.331,66</b>

Fuente: Gastos proyectados

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Según los resultados expuestos, tenemos que el total de gasto administrativo en el primer año es de \$30.127,77; mientras que el gasto de venta es de \$5.400,00 y el gasto por servicios es de \$3.600,00 obteniendo un total de ingresos aproximado de \$39.127,77.

#### 4.7.5. Depreciación.

La depreciación ayuda a determinar el valor de desecho de los activos fijos que se han adquirido. Además, sirve de referencia al momento de comercializar las maquinarias o equipos depreciados con el fin de adquirir nuevos activos fijos.

**CUADRO N° 44. Depreciación de los activos fijos.**

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑOS DEPRECIANDOSE	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
<b>MAQUINARIAS</b>								
Taladro de mano	4	\$ 50,00	\$ 200,00	10	\$ 20,00	10	\$ 200,00	\$ -
Taladro perforador de banco	2	\$ 689,00	\$ 1.378,00	10	\$ 137,80	10	\$ 1.378,00	\$ -
Compresor de aire	2	\$ 879,00	\$ 1.758,00	10	\$ 175,80	10	\$ 1.758,00	\$ -
Ingletadora de mesa	2	\$ 396,57	\$ 793,14	10	\$ 79,31	10	\$ 793,14	\$ -
Lijadora Banda 6x9"	2	\$ 4.000,00	\$ 8.000,00	10	\$ 800,00	10	\$ 8.000,00	\$ -
Escuadradora de sierra circular	2	\$ 12.500,00	\$ 25.000,00	10	\$ 2.500,00	10	\$ 25.000,00	\$ -
Amoladora	3	\$ 259,00	\$ 777,00	10	\$ 77,70	10	\$ 777,00	\$ -
Sierra caladora de banco	2	\$ 950,00	\$ 1.900,00	10	\$ 190,00	10	\$ 1.900,00	\$ -
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>								
Escritorios	10	\$ 450,00	\$ 4.500,00	5	\$ 900,00	5	\$ 4.500,00	\$ -
Sillas giratoria	10	\$ 47,00	\$ 470,00	5	\$ 94,00	5	\$ 470,00	\$ -
Mesas de trabajo	4	\$ 100,00	\$ 400,00	5	\$ 80,00	5	\$ 400,00	\$ -
Sillas	20	\$ 35,00	\$ 700,00	5	\$ 140,00	5	\$ 700,00	\$ -
Exhibidores	4	\$ 180,00	\$ 720,00	5	\$ 144,00	5	\$ 720,00	\$ -
Archivadores	10	\$ 80,00	\$ 800,00	5	\$ 160,00	5	\$ 800,00	\$ -
Sofas	2	\$ 180,00	\$ 360,00	5	\$ 72,00	5	\$ 360,00	\$ -
<b>EQUIPOS</b>								
Computadora Core i5 con impresora multifunción	10	\$ 650,00	\$ 6.500,00	3	\$ 2.166,67	2	\$ 4.333,33	\$ 2.166,67
UPC	10	\$ 50,00	\$ 500,00	3	\$ 166,67	2	\$ 333,33	\$ 166,67
Aire acondicionado Spilt	5	\$ 420,00	\$ 2.100,00	3	\$ 700,00	2	\$ 1.400,00	\$ 700,00
Teléfonos	6	\$ 60,00	\$ 360,00	3	\$ 120,00	2	\$ 240,00	\$ 120,00
Fax	1	\$ 80,00	\$ 80,00	3	\$ 26,67	2	\$ 53,33	\$ 26,67
Equipos de sonido	2	\$ 300,00	\$ 600,00	3	\$ 200,00	2	\$ 400,00	\$ 200,00
Dispensador de agua	1	\$ 50,00	\$ 50,00	3	\$ 16,67	2	\$ 33,33	\$ 16,67
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 57.946,14</b>		<b>\$ 8.967,28</b>			<b>\$ 3.396,67</b>

**Fuente:** Depreciación de los activos fijos

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

#### 4.7.6. Estado de resultados proyectados (PYG).

A continuación, se presenta el estado de resultados proyectado en un periodo de 10 años.

#### CUADRO N° 45. Estado de resultados proyectado.

##### FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos		\$ 1.241.922,00	\$ 1.366.114,20	\$ 1.502.725,62	\$ 1.652.998,18	\$ 1.818.298,00	\$ 2.000.127,80	\$ 2.200.140,58	\$ 2.420.154,64	\$ 2.662.170,10	\$ 2.928.387,11
(-) Costos de producción		\$ 1.220.510,48	\$ 1.320.226,19	\$ 1.428.088,67	\$ 1.544.763,51	\$ 1.670.970,69	\$ 1.807.489,00	\$ 1.955.160,85	\$ 2.114.897,49	\$ 2.287.684,61	\$ 2.474.588,45
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 21.411,52</b>	<b>\$ 45.888,01</b>	<b>\$ 74.636,95</b>	<b>\$ 108.234,67</b>	<b>\$ 147.327,31</b>	<b>\$ 192.638,80</b>	<b>\$ 244.979,73</b>	<b>\$ 305.257,15</b>	<b>\$ 374.485,49</b>	<b>\$ 453.798,67</b>
(-) Gastos Operacionales											
Gastos de Servicios		\$ 3.600,00	\$ 3.894,12	\$ 4.212,27	\$ 4.556,41	\$ 4.928,67	\$ 5.331,34	\$ 5.766,91	\$ 6.238,07	\$ 6.747,72	\$ 7.299,01
Gastos Administrativos		\$ 30.127,77	\$ 32.589,21	\$ 35.251,74	\$ 38.131,81	\$ 41.247,18	\$ 44.617,08	\$ 48.262,29	\$ 52.205,32	\$ 56.470,50	\$ 61.084,13
Depreciación (de activos fijos)		\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28
Gastos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.841,18	\$ 6.318,40	\$ 6.834,62	\$ 7.393,01	\$ 7.997,01	\$ 8.650,37	\$ 9.357,11	\$ 10.121,58	\$ 10.948,52
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>\$ (26.683,53)</b>	<b>\$ (5.403,78)</b>	<b>\$ 19.887,25</b>	<b>\$ 49.744,55</b>	<b>\$ 84.791,17</b>	<b>\$ 125.726,09</b>	<b>\$ 173.332,88</b>	<b>\$ 228.489,37</b>	<b>\$ 292.178,41</b>	<b>\$ 365.499,73</b>
(-) Gastos No Operacionales											
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		\$ 11.750,92	\$ 9.871,56	\$ 7.781,71	\$ 5.457,80	\$ 2.873,62	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros gastos no operacionales											
<b>(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impsts</b>		<b>\$ (38.434,45)</b>	<b>\$ (15.275,33)</b>	<b>\$ 12.105,54</b>	<b>\$ 44.286,74</b>	<b>\$ 81.917,55</b>	<b>\$ 125.726,09</b>	<b>\$ 173.332,88</b>	<b>\$ 228.489,37</b>	<b>\$ 292.178,41</b>	<b>\$ 365.499,73</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ (5.765,17)	\$ (2.291,30)	\$ 1.815,83	\$ 6.643,01	\$ 12.287,63	\$ 18.858,91	\$ 25.999,93	\$ 34.273,41	\$ 43.826,76	\$ 54.824,96
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ (32.669,28)</b>	<b>\$ (12.984,03)</b>	<b>\$ 10.289,71</b>	<b>\$ 37.643,73</b>	<b>\$ 69.629,92</b>	<b>\$ 106.867,18</b>	<b>\$ 147.332,94</b>	<b>\$ 194.215,97</b>	<b>\$ 248.351,65</b>	<b>\$ 310.674,77</b>

Fuente: Estado de Resultado

Elaborado por: Lisette Solórzano Cedeño.

Luego, de realizar los cálculos de las ventas, costos, gastos y los respectivos impuestos estipulados por la ley tenemos que para el año 1 una utilidad neta de \$9.738,02 y para el año 10 una utilidad de \$293.006,08.

#### 4.7.7. Flujo de caja proyectado.

A continuación, se presenta el flujo de caja proyectado en un periodo de 10 años.

#### CUADRO N° 46. Flujo de caja proyectado.

##### FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos		\$ 1.241.922,00	\$ 1.366.114,20	\$ 1.502.725,62	\$ 1.652.998,18	\$ 1.818.298,00	\$ 2.000.127,80	\$ 2.200.140,58	\$ 2.420.154,64	\$ 2.662.170,10	\$ 2.928.387,11
(-) Costos de producción		\$ 1.220.510,48	\$ 1.320.226,19	\$ 1.428.088,67	\$ 1.544.763,51	\$ 1.670.970,69	\$ 1.807.489,00	\$ 1.955.160,85	\$ 2.114.897,49	\$ 2.287.684,61	\$ 2.474.588,45
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 21.411,52</b>	<b>\$ 45.888,01</b>	<b>\$ 74.636,95</b>	<b>\$ 108.234,67</b>	<b>\$ 147.327,31</b>	<b>\$ 192.638,80</b>	<b>\$ 244.979,73</b>	<b>\$ 305.257,15</b>	<b>\$ 374.485,49</b>	<b>\$ 453.798,67</b>
(-) Gastos Operacionales											
Gastos de Servicios		\$ 3.600,00	\$ 3.894,12	\$ 4.212,27	\$ 4.556,41	\$ 4.928,67	\$ 5.331,34	\$ 5.766,91	\$ 6.238,07	\$ 6.747,72	\$ 7.299,01
Gastos Administrativos		\$ 30.127,77	\$ 32.589,21	\$ 35.251,74	\$ 38.131,81	\$ 41.247,18	\$ 44.617,08	\$ 48.262,29	\$ 52.205,32	\$ 56.470,50	\$ 61.084,13
Depreciación (de activos fijos)		\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28
Gastos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.841,18	\$ 6.318,40	\$ 6.834,62	\$ 7.393,01	\$ 7.997,01	\$ 8.650,37	\$ 9.357,11	\$ 10.121,58	\$ 10.948,52
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>\$ (26.683,53)</b>	<b>\$ (5.403,78)</b>	<b>\$ 19.887,25</b>	<b>\$ 49.744,55</b>	<b>\$ 84.791,17</b>	<b>\$ 125.726,09</b>	<b>\$ 173.332,88</b>	<b>\$ 228.489,37</b>	<b>\$ 292.178,41</b>	<b>\$ 365.499,73</b>
(-) Gastos No Operacionales											
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		\$ 11.750,92	\$ 9.871,56	\$ 7.781,71	\$ 5.457,80	\$ 2.873,62	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros gastos no operacionales											
<b>(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impsts</b>		<b>\$ (38.434,45)</b>	<b>\$ (15.275,33)</b>	<b>\$ 12.105,54</b>	<b>\$ 44.286,74</b>	<b>\$ 81.917,55</b>	<b>\$ 125.726,09</b>	<b>\$ 173.332,88</b>	<b>\$ 228.489,37</b>	<b>\$ 292.178,41</b>	<b>\$ 365.499,73</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ (5.765,17)	\$ (2.291,30)	\$ 1.815,83	\$ 6.643,01	\$ 12.287,63	\$ 18.858,91	\$ 25.999,93	\$ 34.273,41	\$ 43.826,76	\$ 54.824,96
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ (32.669,28)</b>	<b>\$ (12.984,03)</b>	<b>\$ 10.289,71</b>	<b>\$ 37.643,73</b>	<b>\$ 69.629,92</b>	<b>\$ 106.867,18</b>	<b>\$ 147.332,94</b>	<b>\$ 194.215,97</b>	<b>\$ 248.351,65</b>	<b>\$ 310.674,77</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ (8.167,32)	\$ (3.246,01)	\$ 2.572,43	\$ 9.410,93	\$ 17.407,48	\$ 26.716,79	\$ 36.833,24	\$ 48.553,99	\$ 62.087,91	\$ 77.668,69
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ (24.501,96)</b>	<b>\$ (9.738,02)</b>	<b>\$ 7.717,28</b>	<b>\$ 28.232,80</b>	<b>\$ 52.222,44</b>	<b>\$ 80.150,38</b>	<b>\$ 110.499,71</b>	<b>\$ 145.661,97</b>	<b>\$ 186.263,74</b>	<b>\$ 233.006,08</b>
(+) Depreciación (de activos fijos)		\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28	\$ 8.967,28
(-) Inversión	\$ (144.728,57)			\$ (10.190,00)		\$ (7.950,00)	\$ (10.190,00)			\$ (10.190,00)	
(+) Préstamo	\$ 104.918,89										
(-) Amortización Capital del Préstamo		\$ (16.779,98)	\$ (18.659,34)	\$ (20.749,19)	\$ (23.073,10)	\$ (25.657,28)					
(-) Capital de Trabajo	\$ (5.435,55)										
(+) Recuperación Capital de Trabajo											\$ 5.435,55

Fuente: Flujo de caja proyectado

Elaborado por: Lissette Solórzano Cedeño.

Se observa que el flujo neto efectivo, se mantiene negativo hasta el año 2 con un valor de -\$32314,66, mientras que para los próximos años tiene una tendencia positiva obteniendo para el año 10 un valor de efectivo neto de \$250805,58.

#### **4.7.8. Evaluación financiera del flujo.**

Para realizar la evaluación del proyecto se tomará de instrumento el flujo de caja proyectado, además de los métodos comúnmente conocidos como: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Periodo de Recuperación de la Inversión (Payback).

##### **4.7.8.1. Valor Actual Neto (VAN).**

Este método ayudará a medir la rentabilidad del proyecto a ejecutar en valores monetarios a partir del flujo de caja proyectado. Para efecto de este proceso, se ha calculado el valor actual de los flujos netos de efectivo desde el año 1 hasta el año 5 y se restó la inversión realizada en el año 0, además se ha tomado en consideración la Tasa Mínima Requerida de Rendimiento (TMAR) que es del 16% obteniendo el siguiente resultado:

<b>VAN</b>	<b>\$ 146.149,00</b>
------------	----------------------

Se observa que el valor obtenido es mayor a 0, mostrando que se ha ganado \$146149,00 en el proyecto, después de recuperar la inversión de acuerdo al costo de capital del 16% que se exigía de retorno al proyecto.

##### **4.7.8.2. Tasa Interna De Retorno (TIR).**

La Tasa Interna de Retorno mide la rentabilidad del proyecto como un porcentaje. A continuación se presenta la TIR obtenida:

<b>TIR</b>	<b>32,89%</b>
------------	---------------

En este caso la TIR es de 32,89%, valor mayor a la Tasa Mínima Requerida de Rendimiento que en este caso es de 16% por lo que el proyecto es viable.

#### 4.7.8.3. Periodo de recuperación de la inversión del proyecto.

Este método calcula el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, su interés radica solamente en el tiempo de recuperación de la misma. Por lo tanto su criterio de decisión se basa en mostrar si se recupera la inversión inicial en el menor tiempo.

**CUADRO N° 47. Periodo de recuperación de la inversión del proyecto.**

Periodos (Años)	Saldo inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad exigida	Recuperación Inversión
1	\$ 45.245,24	\$ (32.314,66)	\$ 7.239,24	\$ (39.553,90)
2	\$ 84.799,14	\$ (19.430,08)	\$ 13.567,86	\$ (32.997,95)
3	\$ 117.797,08	\$ (14.254,62)	\$ 18.847,53	\$ (33.102,16)
4	\$ 150.899,24	\$ 14.126,99	\$ 24.143,88	\$ (10.016,89)
5	\$ 160.916,13	\$ 27.582,44	\$ 25.746,58	\$ 1.835,86
6	\$ 159.080,27	\$ 78.927,66	\$ 25.452,84	\$ 53.474,82
7	\$ 105.605,45	\$ 119.466,99	\$ 16.896,87	\$ 102.570,12
8	\$ 3.035,33	\$ 154.629,26	\$ 485,65	\$ 154.143,60
9	\$ (151.108,27)	\$ 185.041,02	\$ (24.177,32)	\$ 209.218,34
10	\$ (360.326,61)	\$ 250.805,58	\$ (57.652,26)	\$ 308.457,83

**Fuente:** Periodo de recuperación de la inversión

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

En este método se considera como la Tasa Mínima Requerida de Rendimiento exigida del 16%, por lo que se observa que la inversión tardaría aproximadamente 8 años en ser recuperada.

#### 4.7.9. Punto de equilibrio.

Para efectuar el cálculo del punto de equilibrio se ha tomado en consideración todos los productos que se comercializarán, en este caso, los sombreros de paja toquilla, las carteras, los angelitos de fibra abacá, carros y tractores de madera, y los juegos de sala de caña guadua a continuación se presenta el cuadro con su respectivo proceso:

**CUADRO N° 48. Punto de equilibrio por productos producidos.**

Datos iniciales	Sombreros de paja toquilla	Carteras	Angelitos de fibra abacá	Carros y tractores de madera
Precio Venta	\$ 12,00	\$ 20,00	\$ 7,00	\$ 60,00
Coste Unitario M/P	\$ 8,00	\$ 15,00	\$ 4,00	\$ 47,00
Costo de Mano de obra	\$ 7.247,54			
Costo de CIF	\$ 6.709,96			
Gastos	\$ 5.435,55			
Depreciaciones	\$ 747,27			
<b>Pto. Equilibrio</b>	<b>380</b>	<b>259</b>	<b>535</b>	<b>490</b>
<b>\$ Ventas Equilibrio</b>	<b>\$ 4.560,00</b>	<b>\$ 5.180,00</b>	<b>\$ 3.745,00</b>	<b>\$ 29.400,00</b>

**Fuente:** Punto de Equilibrio  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

**CUADRO N° 49. Punto de equilibrio por total de productos.**

Q Ventas	<b>1834</b>
\$ Ventas	<b>\$ 127.885</b>
Costo Variable	\$ 107.745
Costo Fijo	\$ 20.140
Costo Total	<b>\$ 127.885</b>
Beneficio	<b>\$ 0</b>

Para alcanzar el punto de equilibrio se debera vender 1.834 unidades mes.

**Fuente:** Clientes  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

Para obtener un equilibrio entre los ingresos y los gastos incurridos, la empresa deberá vender 380 sombreros de paja toquilla, 259 carteras, 535 angelitos de fibra abacá, 490 carros y tractores de madera, y 170 juegos de sala de caña guadua al mes. Es decir que tendrá que comercializarse 1834 productos en total para alcanzar el punto de equilibrio.

#### 4.7.10. Escenario (Optimista – Probable – Pesimista).

La aplicación de los escenarios se la realiza con el objetivo de medir la sensibilidad del proyecto con respecto a la variación que se puede dar en los costos o ingresos de la empresa.

##### Escenario optimista

<b>Demanda +5%</b>		VAN	\$ 763.037,00
<b>Inflación 5%</b>		TIR	76,73%

Si se aumenta la demanda en un 5% y la inflación se mantiene en el 5%, entonces el VAN sería de \$763.037,00, mientras que la TIR sería de 76,73% convirtiéndose en una alternativa atractiva para las personas que deseen invertir en la empresa.

##### Escenario probable

<b>Demanda normal (1234 unid)</b>		VAN	\$ 146.149,00
<b>Inflación 8,17%</b>		TIR	32,89%

Si se mantiene la demanda de 1234 unidades mensuales y la inflación real se mantiene de 8,17%, entonces el VAN sería de \$146.149,00, mientras que la TIR sería de 32,89%, siendo estos indicadores favorables que argumentan la puesta en marcha de la empresa en el mercado.

##### Escenario pesimista

<b>Demanda -5%</b>		VAN	\$ (147.408,68)
<b>Inflación 9,5%</b>		TIR	-14,27%

Si la demanda disminuye en un 5% y la inflación cambia al 10%, entonces el VAN sería de -\$147.408,68, mientras que la TIR sería de -14,27%, transformándose en un proyecto no viable, en donde el nivel de riesgo de la inversión sería alto.

## **4.8. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO.**

### **4.8.1. Análisis de la evaluación ambiental.**

La Creación de la Empresa Productora y Comercializadora de Artesanías Herencia Cultural utilizara recursos teniendo como referencia la Ley de prevención y control del Medio Ambiente donde su objetivo principal es controlar y prevenir la contaminación ambiental de los recursos agua, aire y suelo.

Lo que permitirá actuar con responsabilidad social y compromiso con la naturaleza y su medio ambiente, para esto el centro productor y comercializador de artesanías utilizará elemento que no arremetan en contra de esta ley es por esto que se utiliza productos que no afecte al medio ambiente optimizando recursos, es por esto que este proyecto no presenta impactos negativos ya que cuenta con todo compromiso y la responsabilidad social al momento de elaborar las artesanías utilizando una correcta materia prima en este caso la madera, cumpliendo con los objetivos dispuestos por las diferentes leyes gubernamentales.

De esta manera el centro artesanal optimizará recursos que puedan llevar a la empresa a tener compromiso social y ambiental. La producción que se implementará en la empresa no contaminará debido a los matariles que se utilizarán y sobre todo actuara con responsabilidad en cada manejo de sus producto o materia prima que se llegue a utilizar teniendo en cuenta os diferentes reglamentos con la que posee la ley.

#### **4.8.3. Análisis socio-económico del proyecto.**

La implementación del Centro de Producción y Comercialización de artesanía beneficiara al sector socio-económico de la comuna Libertador Bolívar y a los habitantes ya que generara nuevas oportunidades de empleo permitiendo el desarrollo productivo y comercial de las artesanías que se generan en dicha comunidad.

Otros de los beneficios que trae este proyecto es que la Asociación de Artesanos pueda trabajar en un lugar adecuado teniendo capacidad absoluta para cada producto a producir utilizando el buen manejo de los recursos y maquinaria.

Aumentará el liderazgo por las personas que forman parte del proyecto logrando estabilizar un ambiente armónico dentro de la organización y mejorando las relaciones interpersonales del equipo de trabajo convirtiéndolos en entes de cambio y progreso colectivo con la unión y la excelente comunicación harán de la empresa un ente de mayor producción de artesanías ofreciendo a sus clientes productos de calidad bajo la buena relación y el trabajo en equipo optimizando potencial y desarrollando mercados y obteniendo mayores beneficios para cada colaborador.

Es así que el centro de producción y comercialización de artesanías beneficiara en todo los aspectos sean social, cultural, económico, turístico con el único fin de mejorar la calidad de vida de cada integrante de asociación y de la comuna en general logrando alcanzar el progreso de los artesanos y a las personas dedicada a esta labor considerando la evolución y la aceptación de los habitantes de este nuevo centro de empleo. De esta manera el centro artesanal aportara con el desarrollo socio-económico del sector fortaleciendo el área del sector artesanal y del espíritu empresarial de sus habitantes logrando desarrollar nuevos ingresos y proyectos de calidad de vida sin dejar de explotar los sectores ricos con lo que cuentan.

## CONCLUSIONES.

La presente propuesta presenta varios aspectos que se han puesto a consideración para la respectiva puesta en marcha del Centro de Producción y Comercialización de artesanías que se muestran a continuación:

- Se puede apreciar que el 48% de la población acostumbra visitar lugares de venta de artesanías, en los diferentes destinos turísticos de la Ruta del Spondylus que concurren. Además de evidencia que el 90% de los encuestados están de acuerdo con la Creación del Centro Producción y Comercialización de artesanías aumentando la posibilidad de incursionar en el mercado peninsular.
- En cuanto a las estrategias publicitarias que ayudaran a alcanzar el nivel de venta esperado tenemos: la entrega de volantes, medios radiales y televisivos y finalmente los medios informáticos debido a que difunden la información de manera eficiente a una gran cantidad de personas.
- La investigación de mercado nos ayudó a cumplir algunos objetivos específicos como conocer las preferencias de los consumidores, las condiciones de mercado, el poder adquisitivo de nuestro target, en qué se basan los consumidores para escoger un producto artesanal tales como, carteras, sombreros de paja toquilla, angelitos de fibra de abacá, carros y tractores de muebles y juegos de sala de caña guadua.
- El estudio económico nos permitió conocer la viabilidad del proyecto con un VAN de 146.149,00 y TIR 32,89%, recuperando la inversión en el octavo año lo que nos quiere decir que el proyecto es totalmente viable, mejorando el sector artesanal y el nivel de vida de los artesanos de la Asociación.

## **RECOMENDACIONES.**

Para alcanzar el desarrollo del sector artesanal de las personas dedicadas a la actividad artesanal se recomienda lo siguiente:

- Implementar el Centro de Producción y Comercialización de Artesanías con todos sus equipamientos necesarios contribuyendo al desarrollo de la actividad artesanal, mejorando el nivel socio-económico de la comuna y de los miembros de la asociación.
- Es necesario implementar estrategias de marketing efectivas dando a conocer las variedades de producto elaborados a base de madera, caña guadua, paja toquilla, fibra de abacá logrando competir en nuevos mercados dando a conocer las ventajas del producto.
- Además se debe mantener la calidad de cada producto a ofrecer, cumpliendo con las normas calidad satisfaciendo las necesidades de los clientes, logrando diferenciar la empresa de los competidores existentes en el entorno.
- Establecer alianzas estratégicas con entidades publicas y privadas para beneficio de las personas que conformaran el Centro Artesanal tales como: capacitaciones en las diferentes áreas a desempeñar, financiamiento para cubrir las necesidades de la empresa, ferias para un mayor reconocimiento de los productos a nivel local, entre otros.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **BIBLIOGRAFÍAS DE LIBROS**

- Carlos Eduardo Méndez Álvarez (2006). Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación (Cuarta edición) Bogotá.
- Paredes W, Paredes N (2011) Investigación en acción, Primer edición
- Phillip Kotler (2006) Dirección de mercadotecnia
- Weston,T (2006) Fundamentos de Administración Financiera Vol II y III, La Habana, Editorial Félix Varela.
- Luthans,F.(2008). Comportamiento organizacional. Mexico. Mc Graw-Hill
- Michael C, Eugenio F (2007). Fianzas Corporativas (Segunda Edición) Méjico.
- Mondino,D.Pendás,E. (2005). *Finanzas para Empresas Competitivas. Argentina.*
- UNESCO (2009). *Hablemos de Artesanías.* Francia

### **REFERENCIAS DE PÁGINAS Y ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS**

- Arias (2006). Población (en línea).Consultado el 21 de enero, 2013. Disponible en <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
- Asamblea Nacional, (2010) Constitución del Ecuador. (En línea). Consultado el 23 de Agosto, 2013. Disponible en [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)

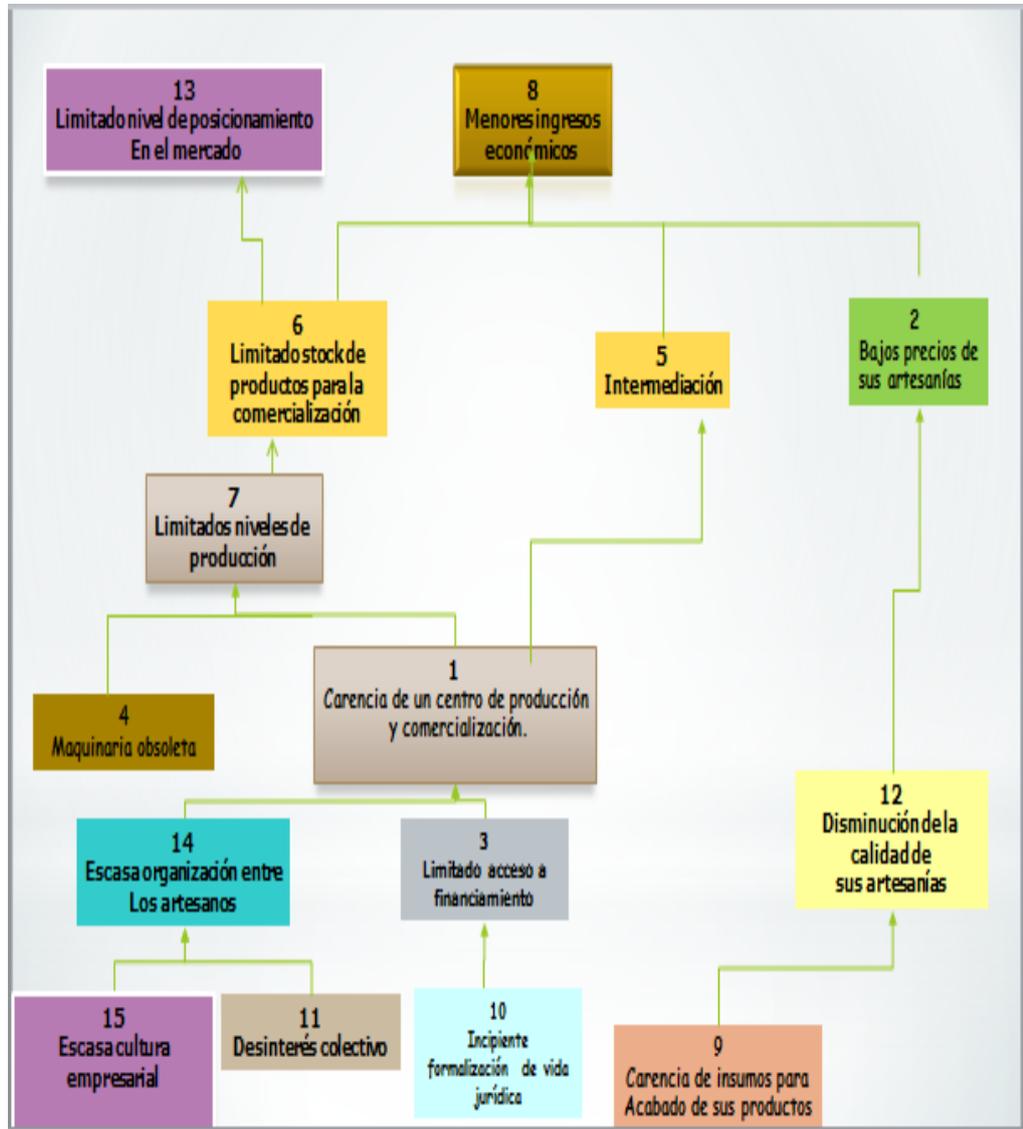
- Asamblea Nacional, (2010) Código de la Producción. (En línea). Consultado el 23 de Agosto, 2013. Disponible en <http://www.industrias.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>
  
- Baptista (2006) *Metodología* (en línea). Consultado el 23 de enero, 2013. Disponible en [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/cuaya\\_1\\_mt/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/cuaya_1_mt/capitulo3.pdf)
  
- Cancela. R, Cea. N, Galindo. G, Valilla. S, (2010) *Metodología de la Investigación Educativa*, (en línea). Consultado el 24 de enero, 2013. Disponible en [http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/EX-POST-FACTO\\_Trabajo.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/EX-POST-FACTO_Trabajo.pdf) revisado 24 01 13
  
- El Universo (2012) *Libertador Bolívar*.(en línea). Consultado el 20 julio, 2012. Disponible en <http://www.eluniverso.com/2012/02/11/1/1583/libertador-bolivar-brisa-te-transporta.html>
  
- Eruditos (2012). *Población Santa Elena por Cantón*. (En línea). Consultado el 13 de Septiembre, 2012. Disponible en [http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n\\_de\\_Santa\\_Elena\\_por\\_Cant%C3%B3n](http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_de_Santa_Elena_por_Cant%C3%B3n)
  
- Mipro. (2012). *Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES No. 23* (En línea). Consultado el 21 de Agosto, 2013. Disponible en [http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/23\\_2012\\_Boletin\\_Artesanias\\_y\\_Joyas\\_de\\_exportacion.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/23_2012_Boletin_Artesanias_y_Joyas_de_exportacion.pdf)

- Municipio de Santa Elena, (2011). *Empresa Municipal de Turismo del Cantón Santa Elena*. (En línea). Consultado el 15 de julio, 2012. Disponible en [www.municipiosantaelena.gov.ec](http://www.municipiosantaelena.gov.ec)
  
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, (2012). *Análisis del Sector artesanías*. (En línea). Consultado el 16 de Agosto, 2013. Disponible en [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC\\_AS2012\\_ARTESANIAS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_ARTESANIAS.pdf)
  
- Revista Docencia e Investigación. (2009) *Metodología*, (en línea). Consultado el 27 de enero, 2013. Disponible en [http://www.uclm.es/varios/revistas/docenciaeinvestigacion/pdf/numero9/Mu%C3%B1oz\\_Diaz.pdf](http://www.uclm.es/varios/revistas/docenciaeinvestigacion/pdf/numero9/Mu%C3%B1oz_Diaz.pdf)
  
- Seijas, Nayrobby V. (2006) *Muestra*, (en línea). Consultado el 23 de Diciembre, 2012. Disponible en [http://www.foroswebgratis.com/mensaje-muestra\\_poblacion-46285-305687-1-942869.htm](http://www.foroswebgratis.com/mensaje-muestra_poblacion-46285-305687-1-942869.htm)
  
- Thompson. I, (2010). *Definición de encuesta* (en línea). Consultado el 22 de enero, 2013 disponible en <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
  
- Vasquez Mena M. (2007) *Calidad*, ( en línea). Consultado el 27de noviembre, 2012. Disponible en [http://www.degerencia.com/articulo/la\\_calidad,\\_el\\_concepto\\_actua](http://www.degerencia.com/articulo/la_calidad,_el_concepto_actua)
  
- Vasquez (2007). *Concepto de calidad*,( en línea). Consultado el 24 de enero, 2013. Disponible en [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/mendez\\_s\\_g/capitulo\\_2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/mendez_s_g/capitulo_2.pdf)

- Visita Ecuador, (2012). *Santa Elena*,( en línea). Consultado el 20 de julio, 2012. Disponible en <http://www.visitaecuador.com/costa.php?opcion=datos&provincia=26>

## ANEXOS.

### ANEXO A. Árbol del problema.



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

**Elaborado por:** Lisette Solórzano Cedeño.

### ANEXO B. Matriz de Vester.

PROBLEMAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	TOTAL ACTIVOS
1 Carencia de un centro de producción y comercialización.	0	0	0	0	3	2	3	1	0	0	0	0	1	0	0	10
2 Bajos precios de sus artesanías	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3
3 Limitado acceso a financiamiento	3	0	0	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	10
4 Maquinaria obsoleta	0	0	0	0	0	2	3	1	0	0	0	0	1	0	0	7
5 Intermediación	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3
6 Limitado stock de productos para la comercialización	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	0	6
7 Limitados niveles de producción	0	0	0	0	0	3	0	2	0	0	0	0	2	0	0	7
8 Menores ingresos económicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 Carencia de insumo para acabados de sus productos	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	0	6
10 Incipiente formalización de vida jurídica	2	0	3	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	10
11 Desinterés colectivo	2	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	3	0	10
12 Disminución de la calidad de sus artesanías	0	3	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	5
13 Limitado nivel de posicionamiento en el mercado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14 Escasa organización entre los artesanos	3	0	0	0	2	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	10
15 Escasa cultura empresarial	2	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	3	0	10
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	

**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural.

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

## ANEXO C. Encuesta.



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



### OBJETIVO:

Recolectar información relevante a través de una encuesta, midiendo el nivel de aceptación sobre la creación de un Centro de Producción y Comercialización de artesanías en la comuna Libertador Bolívar Provincia de Santa Elena.

### 1. DATOS GENERALES:

#### 1.1. Género:

Masculino

Femenino

#### 1.2. Estado Civil

Soltero

Casado

Divorciado

Unión Libre

#### 1.3. Edad

20-29 años

50 en adelante

30-39 años

40-49 años

#### 1.4. Ingresos Económicos

Menos de \$200

\$400 - \$599

\$200 - \$399

\$600 en adelante

### 2. Cuando usted visita lugares turísticos de la franja costera de la provincia de Santa Elena adquiere algún tipo de artesanía

Si

No

Probablemente Si

Probablemente No

### 3. Dispone de algún lugar dentro de la provincia donde compre sus artesanías

Si

No

Probablemente Si

Probablemente No

Especifique.....

### 4. ¿Con que frecuencia usted visita lugares de venta de artesanías?

Siempre

Casi siempre

Casi nunca

Nunca

### 5. ¿Qué tipo de artesanías usualmente adquiere?

Manualidades varias

Tejidos

Tejido en fibra natural

Bisutería

Tallados

Otros especifique.....

6. **Al momento de comprar artesanías , ¿qué es lo primero que toma en cuenta?**

Precio       Diseño       Calidad

Otros especifique.....

7. **¿Considera usted que el nivel de creatividad en la fabricación de las artesanías es:**

Muy alto       Muy bajo   
Alto       Bajo

8. **Cree usted que el la calidad de las artesanías que se comercializan en estos lugares es:**

Muy Alta       Muy baja   
Alta       Baja

9. **En los lugares que usted visita encuentran una gran variedad de artesanías para su gusto**

Si       No   
Probablemente si       Probablemente No

10. **Considera usted que el puesto de venta dónde se comercializan este tipo de artesanías es el adecuado.**

Si       No   
Probablemente Si       Probablemente No

11. **Considera usted que el servicio de venta de artesanías en la localidad es:**

Muy eficiente       Muy Deficiente   
Eficiente       Deficiente

12. **Considerando lo anterior, ¿cree usted que el precio pagado es justo?**

Totalmente aceptables       Poco aceptables   
Aceptables       Nada aceptables

13. **A escuchado alguna vez sobre las artesanías que se comercializan en la comuna Libertador Bolívar**

Si       No   
Probablemente si       Probablemente No

14. **Cree usted que es una excelente alternativa crear un centro de producción y comercialización de artesanías en la comuna Libertador Bolívar**

Si       No   
Probablemente Si       Probablemente No

15. **Estaría usted dispuesto a adquirir las artesanías en este centro de comercialización y producción**

Si       No

## ANEXO D. Entrevista.



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



### ENTREVISTA

*Buenos días, mi nombre es Lissette Monserrate Solórzano Cedeño egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la carrera Desarrollo Empresarial, estamos dialogando con usted sobre temas de mucho interés que serán analizados con fines académicos.*

#### 16. DATOS GENERALES:

- 16.1. Ocupación.....
- 16.2. Edad.....
- 16.3. Teléfono.....
- 16.4. Genero.....

1. ***Cuál es la situación actual de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la Comuna Libertador Bolívar***
2. ***Cuáles son las principales actividades económicas que desarrolla los artesanos en la comuna libertador bolívar***
3. ***Cuáles son los problemas que a tenido la Asociación de artesanos***
4. ***Cuáles son los procesos de producción de las artesanías***
5. ***Se cuenta con materia prima disponible dentro del sector***
6. ***Cuáles son los Procesos de comercialización que utiliza la asociación con las artesanías***
7. ***Cuáles son sus principales mercados***
8. ***Menciones los problemas que afecta a la producción y comercialización de las artesanías en la comuna***
9. ***Cuáles serían las estrategias para evitar estos inconvenientes***
10. ***Cree usted que la falta de un centro de producción y comercialización de artesanías ayudaría al desarrollo empresarial del sector***
11. ***Mejoraría la integración de los asociados con la implementación del centro***
12. ***Cuáles serían sus recomendaciones para que la creación del centro de producción y comercialización de artesanías tenga una aceptación y pueda beneficiar el desarrollo económico y artesanal en la comuna.***

**ANEXO E. Carta Aval.**

**ASOCIACION DE ARTESANOS HERENCIA CULTURAL  
"AAHC"**

**LIBERTADOR BOLIVAR – COMUNA ATRAVEZADO- PARROQUIA MANGLARALTO  
PROVINCIA DE SANTA ELENA**

**Libertador Bolívar, 16 de Septiembre del 2012**

**Ing.**

**MERCEDES FREIRE RENDON MSC.**

**DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE**

**EN SU DESPACHO:**

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo del Directorio y Accionistas de la Asociación de Artesanos Herencia Cultural de la comuna Atravezado de Libertador Bolívar, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, deseándole éxitos en sus funciones que acertadamente dirige y a la vez aprovechamos la oportunidad para exponer:

Por medio de la presente me permito informar a usted que el estudiante **SOLORZANO CEDEÑO LISSETTE MONSERRATE**, portador de la **C.I. 092814936-8** de la carrera de **INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**, esta **AUTORIZADO** en desarrollar su tema de tesis titulado **"CREACION DE UN CENTRO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS PARA LA ASOCIACION DE ARTESANOS HERENCIA CULTURAL"**. El cual se le brindara toda la ayuda e información necesaria para la realización de la misma.

Sin más que comunicar, nos suscribimos a Usted

Muy atentamente



\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE DE LA COMUNA

Sr. Smelyng Suarez Baque



\_\_\_\_\_  
VICEPRESIDENTE DE LA ASOCIACION

Sr. Rolando De La Rosa

C.I. 0910628098



\_\_\_\_\_  
SECRETARIO DE LA ASOCIACION

Sr. Fernando Borbor Angel

C.I. 091947498

**ANEXO F. Carta del Banco Nacional de Fomento**



Santa Elena, Septiembre 18 de 2012

**SR.ECON.**

**FELIX GONZALEZ TIGRERO, Msc**

**DIRECTOR DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**Ciudad.**

De mi consideración:

Por medio de la presente comunico a usted el compromiso formal para que la Srta. SOLORZANO CEDEÑO LISETTE MONSERRATTE, levante información técnica en esta Sucursal Bancaria en el desarrollo de su tema de tesis con fines académicos, previo a la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial con el proyecto denominado " CENTRO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS EN LA COMUNA LIBERTADOR BOLIVAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Adicionalmente me permito informar que actualmente contamos con líneas de crédito de fortalecimiento y crecimiento en el área de Microcrédito, para la cual los Productores y Comerciantes de Artesanías puedan financiar sus actividades con esta Institución previo al cumplimiento de requisitos que en esta carta no se especifican.

Sin otro particular por el momento, me suscribo de usted.

Atentamente  


**Ing. Ricardo Rivas Lazo**  
**Gerente Comercial ( e )**  
**Sucursal Santa Elena.**

### ANEXO G. Matriz de correlación de elementos esenciales del proyecto de tesis.

<u>Problema general</u>	<u>TEMA</u>	<u>Objetivo general</u>	<u>Hipótesis general</u>
¿Cómo influye las estrategias de producción y comercialización de artesanías en el desarrollo socio-económico de la asociación de artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar Provincia de Santa Elena, año 2013 ?	influencia de estrategias de producción y comercialización de artesanías en el desarrollo socio-económico de la asociación de artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar mediante un estudio situacional. "CREACION DE UN CENTRO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS, año 2013".	Evaluar la influencia de estrategia producción y comercialización de artesanías para el desarrollo socio-económico de la asociación de artesanos Herencia Cultural de la comuna Libertador Bolívar mediante un estudio situacional para la CREACION DE UN CENTRO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS	La influencia de estrategias de producción y comercialización artesanías beneficiará el desarrollo socio-económico de la asociación de artesanos Herencia Cultura de la comuna libertador bolívar mediante un estudio situacional para la CREACION DE UN CENTRO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS en la provincia de santa elena.

**Fuente:** Matriz de correlación

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

## ANEXO H. Fotos.

### Fotos de la entrevistas



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.



**Fuente:** Asociación de Artesanos Herencia Cultural  
**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

## Fotos de la encuestas



**Fuente:** Foto de la Encuesta

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.



**Fuente:** Foto de la Encuesta

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.



**Fuente:** Foto de la Encuesta

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.

## ANEXO I. Plan de Acción.

Problema Principal: Inexistencia de un Centro de Producción y Comercialización de Artesanías			
<b>Fin del Proyecto:</b> Creación del Centro de Producción y Comercialización de Artesanías en la Comuna Libertador Bolívar Parroquia de Manglaralto Provincia de Santa Elena		<b>Indicadores:</b> * Entrevistas Realizadas a la Asociación de Artesanos Herencia Cultural * Encuestas a los Clientes	
<b>Propósito del Proyecto:</b> Creación del Centro de Producción y Comercialización de Artesanías en la Comuna Libertador Bolívar Parroquia de Manglaralto Provincia de Santa Elena			
Coordinador del Proyecto			
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Actividades
Ofrecer productos de calidad siendo siempre coherentes, honrados y responsables para mayor satisfacción de los clientes.	Niveles de Satisfacción del Cliente. Número de veces que el cliente acude al centro productor y comercializador de artesanías	<b>Estrategia de Diferenciación</b> La empresa competirá en base a la calidad de los productos que se exponen al consumidor logrando diferenciarse a la empresa de los competidores	1.- Aplicar sistemas de Control de Calidad 1.2.- Capacitar al personal de producción 1.3.- obtener materia prima de calidad
Implementar la innovación y la tecnología para presentar variedad de productos artesanales	* Número de maquinarias existentes en la empresa * Implementar maquinaria prima sofisticada	Buscar mecanismos de apoyo en instituciones gubernamentales y privados para la adquisición de maquinarias	2.- Cotizaciones de los precios de las maquinarias 2.1.- Realizar gestiones en entidades Gubernamentales y Privadas 2.3.- Adquisición de las Maquinarias
Identificar los diseños de los productos a través de los gustos y preferencias de los consumidores	Encuestas realizadas a los clientes	<b>Estrategia de Concentración de Producto</b> Poseer los productos en un nicho de mercado en el cual se conozcan sus gustos y preferencias con el objetivo de satisfacerlos	3.- Definir el mercado meta 3.1.- Diseñar los instrumentos para la recolección de información 3.2.- Recolectar la información para conocer los gustos y preferencias 3.3.- Análisis de los resultados obtenidos 3.4.- Diseñar los productos en base a los gustos y preferencias de los consumidores.
Incrementar las ventas realizadas a través de las estrategias publicitarias logrando una mayor rentabilidad de la empresa	Números de ventas realizadas	<b>Estrategias de Marketing</b> Lograr el reconocimiento de los productos en el mercado para una mejor comercialización.	4.- Planificar los mecanismos a utilizar como estrategia de marketing. 4.1 Implementar Promociones. 4.2.- Entregar volantes en la localidad 4.3.- utilizar medios de comunicación para el reconocimiento de los productos 4.4.- evaluar el número de venta de un periodo determinado.
Llevar un control de la situación económica de la empresa a través de los estados financieros	Estados Resultado y flujo de efectivo	Se utilizará los estados financieros como un sistema de control en el cual permita medir la rentabilidad y liquidez de la empresa	5. Capacitar al personal sobre las normativas del área financiera 5.1.- Elaboración de los Estados Financieros 5.2.- Auditoría a nivel organizacional. 5.3.- Tomar decisiones sobre los resultados obtenidos

**Fuente:** Plan de Acción

**Elaborado por:** Lissette Solórzano Cedeño.