



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
Carrera: ECONOMÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Previo a la Obtención del Título de:
ECONOMISTA

TEMA
ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL
SECTOR ARTESANAL DE LA COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA
MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

Autores

MARÍA FERNANDA SERRANO MORQUECHO
FABIÁN RIGOBERTO ROMÁN LAÍNEZ

TUTOR

Ec. Hólger Álava Martínez

Guayaquil – Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título de Economista, denominado “Estrategia para mejorar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, Año 2013”, ha sido desarrollado por la Egresada: María Fernanda Serrano Morquecho, bajo mi tutoría.

El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho.

Ec. Hólger Álava Martínez

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título de Economista, denominado “Estrategia para mejorar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, Año 2013”, ha sido desarrollado por el Egresado: Fabián Rigoberto Román Láinez, bajo mi tutoría.

El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por la Facultad de Ciencias Económicas.

Ec. Hólger Álava Martínez

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MARÍA FERNANDA SERRANO MORQUECHO

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación denominado “Estrategia para mejorar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, Año 2013”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme se cita en los pie de las página correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente, este trabajo es de mi autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Proyecto de Investigación en mención.

María Fernanda Serrano Morquecho

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

FABIÁN RIGOBERTO ROMÁN LAÍNEZ

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación denominado “Estrategia para mejorar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, Año 2013”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme se cita en los pie de las página correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente, este trabajo es de mi autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Proyecto de Investigación en mención.

Fabián Rigoberto Román Laínez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, a las Autoridades de la Carrera de Economía por brindarnos la oportunidad de culminar con nuestra carrera profesional.

A todos los docentes y profesionales que apoyaron con sus conocimientos la realización de este trabajo.

María Fernanda Serrano Morquecho

Fabián Rigoberto Román Laínez

DEDICATORIA

A nuestras familias, por ser el apoyo e inspiración para cumplir con la meta propuesta.

María Fernanda Serrano Morquecho

Fabián Rigoberto Román Laínez

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realiza con la finalidad de explorar la situación competitiva del sector artesanal de la comuna Montañita, a la vez ahondar en el ámbito laboral de los artesanos de este balneario muy reconocido por sus hermosas playas y por los campeonatos internacionales de surf que atraen a miles de turistas nacionales y extranjeros, lo que le ha permitido convertirse en un potencial destino turístico del país, situación que se debe aprovechar para fortalecer e impulsar la competitividad en todos los sectores que lo conforman.

La actual legislación en el Ecuador promueve y fomenta el desarrollo de las microempresas artesanales, a pesar de esta oportunidad la cifra de artesanos calificados en la región peninsular no es representativa debido a la escasa información del extenso marco legal que valora a los emprendedores artesanales ecuatorianos o a la falta de iniciativa de estos actores para registrarse en las organizaciones comprometidas con el impulso al sector artesanal.

La investigación evidenció que en la comuna Montañita, las unidades económicas involucradas en este sector experimentan serios problemas de desarrollo, escasa competitividad, mecanismos de producción inadecuados, bajo nivel tecnológico, comercial, promocional y de gestión empresarial.

Diversas organizaciones públicas y privadas tienen en sus manos el fomento, promoción y organización del sector artesanal, existen dependencias gubernamentales como el Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Relaciones Laborales, Ministerio de Educación, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), Junta Nacional de Defensa del Artesano, Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC), comprometidas con el cambio de la matriz productiva a través del desarrollo sustentable y sostenible de los sectores priorizados de la economía, implementando planes de acción, mejorando la productividad y la competitividad de las unidades económicas para lograr su entera inserción en el mercado interno y externo.

Otro grupo de instituciones vinculadas al fortalecimiento del sector artesanal lo conforman los Municipios, Prefectura y Universidades radicadas en la provincia de Santa Elena, que

promueven y coordinan acciones, programas y proyectos en beneficio de las comunidades rurales para lograr su desarrollo a través de patrocinios para la micro, pequeña y mediana empresa potenciando su rentabilidad, productividad y competitividad en mercados nacionales e internacionales.

La articulación de estrategias orientadas a promocionar el sector artesanal de la comuna Montañita para lograr su consolidación y posicionamiento se traduce en herramientas necesarias para convertirlo en un sector más rentable, productivo y competitivo en el mercado, garantizando una mejor calidad de vida para los artesanos.

La investigación está estructurada en cuatro capítulos; en el **primero** se analiza el entorno del sector artesanal; se definen los problemas, sus causas y efectos; se establece la justificación, sistematización, objetivos y límites de la investigación, se formula la hipótesis, se reconocen las variables y se las operacionaliza.

En el **segundo** capítulo se desarrolla el marco teórico que sustenta la investigación, se establecen teorías y definiciones de las variables de estudio; se expone la cultura empresarial y el marco legal que ampara este trabajo.

El **tercer** capítulo describe la metodología empleada en el proceso investigativo, sus métodos, diseños y modalidades, se determina la muestra, se delinear las técnicas e instrumentos para la recolección de información, su aplicación, tratamiento, procesamiento, presentación y análisis de los resultados

El **cuarto** capítulo detalla la propuesta, su justificación, objetivos e hipótesis, el desarrollo y planificación de la investigación expone la necesidad de una estrategia promocional de penetración en el mercado para mejorar la competitividad del sector artesanal, haciendo énfasis en el impacto de la propuesta.

ABSTRACT

This research was performed in order to explore the competitive situation of the artisan sector of commune Montañita, while delving into the workplace of the artisans of this resort well known for its beautiful beaches and international surfing championships that draw thousands of domestic and foreign tourists, which has allowed him to become a potential tourist destination in the country, which should take advantage to strengthen and boost competitiveness in all sectors that comprise it.

Current legislation in Ecuador promotes and encourages the development of craftsmanship SMEs, although this time the number of skilled workers in the peninsular region craftsmen is not representative due to the limited information the extensive legal framework that values the Ecuadorian artisan entrepreneurs or the lack of initiative of these actors to register for organizations committed to fostering the artisanal sector.

The research showed that in Montañita commune, economic units involved in this sector are experiencing serious problems of development, low competitiveness, inadequate mechanisms of production, low technology, commercial, promotional and business management.

Various public and private organizations have in their hands the development, promotion and organization of the artisanal sector, there are government agencies like the Ministry of Industry and Productivity, Ministry of Economic and Social Inclusion, Ministry of Labour Relations, Ministry of Education, Ministry of Foreign Affairs , Trade and Integration, Ecuadorian Professional Training Service (SECAP), National Defense Board Artisan, Technical Secretariat of Vocational Training (SETEC), committed to changing the productive matrix through sustainable and sustainable development of the sectors prioritized the economy, implementing action plans, improving productivity and competitiveness of economic units to achieve their full integration into the internal market and external.

Another group of institutions linked to the strengthening of the artisanal sector comprises: Municipalities, Universities Prefecture and filed in the province of Santa Elena, which promote and coordinate actions, programs and projects that benefit rural communities to achieve development through sponsorship for micro, small and medium enterprises

enhancing their profitability, productivity and competitiveness in domestic and international markets.

The coordination of strategies to promote the handicraft sector in the commune Montañita to achieve its consolidation and positioning results in tools to make it a more profitable, productive and competitive in the market sector, ensuring a better quality of life for artisans.

The research is divided into four chapters; in the first artisanal sector environment is analyzed; problems, their causes and effects are defined; justification, systematic, objective and scope of the investigation is established, the hypothesis is formulated, the variables are recognized and the operationalized.

In the second chapter the theoretical framework underlying the research is developed, theories and definitions of study variables are established; corporate culture and the legal framework within which this work is exposed.

The third chapter describes the methodology used in the research process, methods, designs and methods, the sample is determined, techniques and tools for data collection are outlined, application, treatment, processing, presentation and analysis of results.

The fourth chapter details the proposal, its rationale, objectives and assumptions, development and research planning exposed the need for a promotional strategy to penetrate the market to improve the competitiveness of the artisanal sector, with emphasis on the impact of the proposal.

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	III
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO	VII
ABSTRACT	IX
TABLA DE CONTENIDOS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE FIGURAS	XVIII
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA A INVESTIGAR	1
1.1 ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE LA COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2013.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.6 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.7 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.9 LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.10 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	10
1.10.1 Variable Independiente	10
1.10.2 Variable Dependiente.....	10
1.11 HIPÓTESIS.....	10
1.11.1 Hipótesis General.....	10
1.11.2 Hipótesis Particulares.....	10
	XI

1.12 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	11
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1 ESTADO DEL CONOCIMIENTO	13
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
2.2.1 Teoría del desarrollo económico local	16
2.2.1.1 Dimensiones del desarrollo económico local.....	17
2.2.2 Teoría marxista del mercado de trabajo	19
2.2.3 Teoría del capital humano.....	20
2.2.4 Teoría de la Producción	21
2.2.5 Teoría de la segmentación del mercado de trabajo	22
2.2.6 Teoría del desarrollo organizacional.....	23
2.2.7 Teoría de la Competitividad.....	24
2.2.7.1 Las cinco fuerzas de Porter	25
2.2.7.2 La creación de valor	28
2.2.7.3 Análisis Costo – Beneficio.....	30
2.2.8 Definición de Estrategias	30
2.2.8.1 Tipos de estrategias	31
2.2.9 Beneficios que ofrece el Ministerio de Industrias y Productividad	34
2.2.9.1 Apoyo a los artesanos para la participación en ferias	35
2.2.9.2 Producepyme, Exportapyme, Centros de Fomento Productivo	35
2.2.9.3 Registro Artesanal.....	36
2.2.9.4 Exportafácil.....	36
2.2.9.5 Programas consorcios de exportación y origen con apoyo de ONUDI	37
2.3 LA CULTURA DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL	37
2.4 MARCO LEGAL.....	39
2.4.1 Constitución de la República del Ecuador - 2008.....	39

2.4.2	Ley Orgánica de Libre Competencia Económica 2011	40
2.4.3	Plan Nacional de Desarrollo 2009 - 2013	40
2.4.4	Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017	40
2.4.5	Plan Preliminar de Desarrollo de la provincia de Santa Elena 2008.....	41
2.4.6	Ley de Defensa del Artesano 1953	42
2.4.7	Junta Nacional de Defensa del Artesano.....	43
2.4.8	Ley de Fomento Artesanal 1996	44
2.4.9	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria - 2011.....	46
2.4.10	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	47
2.5	MARCO CONCEPTUAL.....	47
CAPÍTULO III	52
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.1	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	52
3.1.1	Método de Observación	52
3.1.2	Método Inductivo	52
3.1.3	Método Deductivo.....	53
3.1.4	Método Analítico	53
3.1.5	Método histórico lógico	54
3.1.6	Diseño de la investigación	54
3.1.7	Modalidad de la investigación	55
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	56
3.2.1	Población.....	57
3.2.2	Muestra.....	58
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	59
3.3.1	Técnicas de recolección de datos	59
3.3.1.1	Observación	59
3.3.1.2	Entrevista	59

3.3.1.3	Encuesta	60
3.3.1	Instrumentos de recolección de datos	60
3.3.2	Validación de los instrumentos	61
3.4.	RECURSOS: FUENTES, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO	61
3.4.1	Fuentes para la recolección de datos.....	61
3.4.2	Aplicación de los instrumentos	62
3.4.3	Presupuesto	62
3.5	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN - PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	63
3.5.1	Procesamiento y análisis	63
3.6	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	63
3.6.1	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	64
3.6.2	Análisis de los resultados de la entrevista.....	82
3.7	ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	85
CAPÍTULO IV	86
LA PROPUESTA	86
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	86
4.2	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	86
4.2.1	Análisis situacional del sector artesanal.....	87
4.3	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	90
4.3.3.1	Objetivo General	90
4.3.3.2	Objetivos Específicos.....	90
4.4	HIPÓTESIS DE LA PROPUESTA	91
4.5	DESARROLLO Y PLANIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	91
4.5.1	Etapa 1: Creación de la visión y misión.....	92
4.5.2	Etapa 2: Establecimiento de metas.....	92
4.5.3	Etapa 3: Desarrollo de Objetivos	93

4.5.4	Etapa 4: Desarrollo de programas	94
4.5.5	Etapa 5: Implementación de los programas.	96
4.6	IMPACTO COSTO BENEFICIO	96
4.6.1	Presupuesto estimativo.....	97
4.6.2	Situación del sector artesanal con y sin propuesta	101
4.7	CONCLUSIONES:	105
4.8	RECOMENDACIONES:.....	106
BIBLIOGRAFÍA.....		107
ANEXOS.....		111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Edad de los Encuestados	64
Tabla N° 2	Género de los encuestados	65
Tabla N° 3	Formación de los encuestados.....	66
Tabla N° 4	¿Qué grado de importancia le da usted a sus conocimientos y habilidades en la generación de sus ingresos?.....	67
Tabla N° 5	¿Qué tipo de herramientas requiere para complementar su taller artesanal y cambiar la forma de producción actual?.....	68
Tabla N° 6	La competencia extranjera, respecto a la venta artesanías, ¿les ha ocasionado efectos negativos en la comercialización de sus productos?.....	69
Tabla N° 7	¿Cómo valoraría usted la implementación de acciones concernientes fortalecer el sector artesanal de la comuna Montañita?	70
Tabla N° 8	¿Cree usted que el sector artesanal de la comuna Montañita tiene oportunidades comerciales en mercados extranjeros?	71
Tabla N° 9	¿Es necesaria una mayor promoción de los productos artesanales elaborados en la comuna?.....	72
Tabla N° 10	¿Qué grado de aceptación tienen sus productos en el exterior?.....	73
Tabla N° 11	¿Cómo calificaría usted el apoyo público o privado hacia el sector artesanal de la comuna Montañita?	74
Tabla N° 12	La implementación de una estrategia competitiva para el sector artesanal fortalecería la productividad laboral y el desarrollo local.....	75
Tabla N° 13	Para diseñar una estrategia competitiva, la organización actual del sector artesanal, es:	76
Tabla N° 14	¿Considera usted que existe algún tipo de restricción para implementar una estrategia de competitividad en el sector artesanal de la comuna Montañita?.....	77
Tabla N° 15	¿Conoce los beneficios que brinda la Junta Nacional de Defensa del Artesano con la vitrina virtual para ofrecer sus productos?	78
Tabla N° 16	¿Conoce cómo funciona la herramienta exporta fácil que fomenta la inclusión de las artesanías ecuatorianas en los mercados internacionales?.....	79
Tabla N° 17	¿Conoce el programa de fortalecimiento de imagen corporativa y diseño de sitios web que ofrece el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones?.....	80

Tabla N° 18	Una estrategia de competitividad que brinde oportunidades comerciales y acceso a nuevos mercados, es:	81
Tabla N° 19	Presupuesto estimativo para los proyectos.....	98
Tabla N° 20	Esquema de participación de las organizaciones involucradas	99
Tabla N° 21	Cuadro comparativo	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Fuerzas que impulsan la competencia en la industria	26
Figura N° 2	Gráfico de la cadena de valor del sector artesanal	29
Figura N° 3	En qué trabajan los habitantes de la provincia de Santa Elena	57
Figura N° 4	Edad.....	64
Figura N° 5	Género de los encuestados	65
Figura N° 6	Formación académica de los encuestados.....	66
Figura N° 7	Generación de ingresos por actividades artesanales.....	67
Figura N° 8	Herramientas para complementar la producción.....	68
Figura N° 9	Competencia extranjera.....	69
Figura N° 10	Valoración de acciones concernientes a fortalecer el sector artesanal.....	70
Figura N° 11	Expectativas de las oportunidades comerciales.....	71
Figura N° 12	Promoción del sector artesanal.....	72
Figura N° 13	Grado de aceptación de las artesanías en el exterior	73
Figura N° 14	Apoyo público o privado al sector artesanal.....	74
Figura N° 15	Implementación de estrategia y su relación con la productividad y desarrollo local.....	75
Figura N° 16	Organización del sector artesanal	76
Figura N° 17	Restricción para la implementación de una estrategia competitiva	77
Figura N° 18	Conocimiento de la los beneficios que brinda la JNDA.....	78
Figura N° 19	Conocimiento de la herramienta Exporta Fácil	79
Figura N° 20	Conocimiento del programa de imagen corporativa PROECUADOR.....	80
Figura N° 21	Estrategia competitiva y oportunidades comerciales.....	81

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1 ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE LA COMUNA MONTAÑITA, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2013.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector artesanal tiene gran potencial para generar empleo con el aprovechamiento de materia prima y mano de obra, así como la descentralización de las actividades económicas y el desarrollo de las comunidades. La producción artesanal se ha convertido en el sistema de subsistencia de muchas familias ecuatorianas y en un mecanismo de desarrollo económico en diversos países de Latinoamérica, al norte de la provincia de Santa Elena existe vocación por la elaboración de artículos artesanales elaborados con tagua, paja toquilla, macramé, piola, entre otros; lamentablemente, existen escenarios que inciden en la vulnerabilidad de los artesanos como: la escasa formación educativa, los insuficientes ingresos y la falta de empleo en la región que orienta sus quehaceres hacia la actividad artesanal, heredada de manera empírica y que les permite satisfacer un mínimo de sus necesidades básicas.

En la economía rural de la provincia de Santa Elena, el turismo de playa, ecológico y de aventura ha impulsado la actividad artesanal en las diferentes comunidades, y a pesar de que la producción manual a pequeña escala constituye un elemento importante para combatir la pobreza, requiere una mayor representatividad de las diferentes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a través actividades que permitan mejorar los ingresos de las familias campesinas.

En la comuna Montañita, gran parte de los artesanos son el resultado del deterioro de las actividades agropecuarias, debido a los altos costos de los insumos, la falta de crédito y la escasa asistencia técnica hacia el sector; en otros casos, se debe al desplazamiento poblacional desde otras regiones del país debido a la falta de coyunturas en términos productivos y que vienen a aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo en esta localidad.

Los artesanos autónomos juegan un papel importante dentro del desarrollo económico del cantón Santa Elena, en donde existen ramas artesanales como modistería, ebanistería, sastrería, zapatería, panadería, orfebrería, fotografía, carpintería, imprenta, cerámica, tallado, sombrerería de paja toquilla, entre otros; actividades que realizan de manera mayoritaria en talleres pequeños o espacios inadecuados conjugando el esfuerzo físico y mental con herramientas básicas de escasa tecnología, pero que permiten mejorar el nivel de vida de los artesanos, generando progreso y crecimiento económico a la zona.

Las condiciones de competitividad con las pequeñas, medianas y grandes empresas son desiguales, por lo que, se torna necesaria la implementación de estrategias que les permitan ser más competitivos.

Las unidades productivas de la comuna Montañita presentan problemas de gestión al no planificar su trabajo, no tienen un horario fijo, carecen de espacios de trabajo funcionales para las tareas que realizan a diario, el manejo inadecuado de los recursos disponibles genera dificultades financieras y de capitalización, son vulnerables ante los cambios macroeconómicos, tienen dificultades para acceder a los créditos; son visibles los problemas de comercialización al no poder ingresar a mercados más rentables, desconocen las leyes que les competen y no cuentan con un sistema de registro de ingresos y egresos.

En la zona rural es característica la inexistencia de estudios de mercado para mejorar la situación de los diferentes sectores de la economía, hay dificultades en la adquisición de materias primas provenientes de la industria; por las condiciones precarias de trabajo existe inestabilidad de empleo y bajo nivel de ingreso. A pesar de los diferentes obstáculos el sector artesanal ha venido trabajando por décadas de manera silenciosa y en la informalidad, muchos de los trabajos realizados por los artesanos son comercializados en el exterior aunque no se los reconozca como un producto ecuatoriano. El Censo Económico realizado en el año 2010 revela que este sector genera \$ 850 millones de ingresos anuales.

En el ámbito tecnológico, se manejan técnicas de producción obsoletas, lo que genera costos de producción más altos; en el entorno educativo, la mayoría, no concluyeron sus estudios, pocos poseen nivel medio por lo que tienen insuficientes conocimientos de negociación y comercialización de sus productos, actividades que realizan de manera empírica lo que les resta competitividad en el mercado.

En la comuna Montañita del cantón Santa Elena, existen cuatro organizaciones gremiales: dos de ellas, dedicadas a la venta de comidas preparadas, otra al alquiler de parasoles en la playa y una de artesanos. Los integrantes de esta última se dedican a la elaboración de artesanías de tagua, piola, concha spondylus, alambre, macramé, coral negro, madera, bambú y balsa, el 70% de sus productos son elaborados con semillas, que van a buscar a la montaña, desde donde extraen la materia prima para trabajar una semana. Por la naturaleza estacional, este tipo de material, en ocasiones escasea, razón por la cual los artesanos deben almacenarlos para no quedar desabastecidos.

El proceso de elaboración de artesanías es rudimentario, se fundamenta en el trabajo manual y el uso de herramientas sencillas sin agregado tecnológico, en la mayoría de los casos son implementos baratos que se encuentran en el mercado; el tiempo de producción depende de los implementos con que cuentan los artesanos; el costo de producción de las artesanías es relativamente bajo; por otra parte, la comercialización la realizan en la vía pública y otros en locales provisionales.

La comuna Montañita es un sector generador de trabajo informal, cuyos integrantes participan de manera activa en el desarrollo de este balneario. Actualmente el sector artesanal atraviesa por una serie de problemas que les impiden ser más competitivos, uno de ellos es el difícil acceso al crédito por no poseer las garantías necesarias y las exigencias que imponen las instituciones financieras, otro es la desorganización comunitaria y la presencia de mochileros extranjeros que habiendo ingresado al país con visa de turistas se dedican a la venta de artesanías, incluso existen extranjeros que se han radicado definitivamente en el país.

La escasa formación académica de los artesanos genera falta de juicio y sensatez en el manejo de sus negocios, situación que se ha convertido en el principal limitante para lograr aceptación crediticia en el sistema financiero provincial; estas restricciones conllevan a tomar decisiones erradas, tanto en la forma cómo desarrollar su trabajo y en la comercialización respectiva; la muestra palpable es no sufragar cursos de capacitaciones al considerarlos como un gasto y no como una inversión para sus negocios.

Por otra parte, la escasa o nula organización de los mismos ha impedido que entidades gubernamentales y no gubernamentales puedan desarrollar actividades de instrucción que les permita insertarse en el mercado artesanal donde puedan ofertar sus productos. La prueba

fehaciente es la existencia en la actualidad, en pleno siglo XXI, que de “120 personas que se dedican a elaborar artículos manuales, solamente 7 sean artesanos calificados, cuyas edades fluctúan entre 25 y 30 años”.¹

En consecuencia, las debilidades de los artesanos de la comuna Montañita se centran en los bajos conocimientos de mercadeo, poca habilidad para negociar y comercializar sus artesanías y la baja capacidad de absorción de conocimientos.

Las falencias encontradas generan estancamiento en el desarrollo comercial de los artesanos de la comuna Montañita, la poca adaptación a los cambios en el mercado, la vulnerabilidad a las variaciones de las condiciones macroeconómicas, bajo profesionalismo y la falta de una cultura emprendedora que impide conquistar otros mercados en el actual contexto de globalización y competitividad.

Montañita, como polo turístico de la provincia de Santa Elena, da albergue a un sinnúmero de trabajadores informales, incluso extranjeros y es con ellos que los nativos compiten en la elaboración manual de artesanías, la falta de dialéctica, la escasa facilidad de palabras y la desorganización gremial hace que sus competidores tomen la delantera en la comercialización de las artesanías, lo que redundará en un reducido ingreso que incide en la supervivencia de sus familias.

Otro de los grandes problemas que enfrenta el sector artesanal es la innovación; sus integrantes no están preparados para mejorar lo que ofrecen; la escasa diversificación de su producción minimiza la supervivencia del negocio; inclusive cuando el Estado oferta oportunidades para conseguir financiamiento o capital de trabajo y se les pide la presentación de un proyecto que justifique la inversión, los artesanos prefieren no participar.

El sector artesanal en la comuna Montañita se ha visto afectado por la falta de creatividad, innovación y productividad, siempre bajo el pretexto de no contar con capital o dinero suficiente para renovar sus productos o adquirir mejores equipos y herramientas, lo que ha frenado sus ventas.

¹ Fuente: Lcdo. Xavier González – Presidente de la Comuna

La ausencia de estrategias competitivas en el sector artesanal de la comuna Montañita se debe a la falta de conocimiento, preparación, motivación y escasos recursos que se tienen para este tipo de estudios, situación que los hace vulnerables y se torna difícil sobrevivir en un contexto tan competitivo como el actual; de no tomarse medidas preventivas, al corto plazo los negocios artesanales se reducirán.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La implementación de una estrategia promocional mejorará la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo: Comuna Montañita, Cantón Santa Elena.

Tipo: Socioeconómico.

Sector: Artesanal.

Área: Rural.

Tema: Estrategia para mejorar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, Año 2013.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El Ecuador se ha destacado como un país exportador de artesanías. En diversas partes del mundo se puede encontrar artículos elaborados con manos ecuatorianas; el sector artesanal es un dinamizador de la economía y un generador de empleo, a nivel nacional existen cerca de 1.300.000 maestros titulados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, en más de 170 ramas de producción y servicios.

Estos han conformado gremios, organizaciones, asociaciones y trabajos autónomos e independientes con cobertura nacional. La presencia del sector artesanal aparece en todas las regiones del país, cada una con sus características propias, tales como: la paja toquilla en Manabí, la tagua en Santa Elena y Esmeraldas, la concha Spondylus en las costas ecuatorianas, así como el oro y la plata en el Azuay.

El talento artesanal en el Ecuador es muy variado, pero no se aprovecha en su máximo potencial, por lo que es importante enrumbar este sector de la economía para constituirlo en una alternativa que genere mayores ingresos al país, para lo cual es necesario que se manejen escenarios de desarrollo, productividad y competitividad.

El dinamismo del sector artesanal ha jugado un papel importante en la actividad económica, aportando de manera significativa a la balanza de pagos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los artesanos y el desarrollo económico de la región. Se debe resaltar que en el año 2013 la Subsecretaría de Patrimonio Cultural reconoció a ocho hombres y mujeres de la provincia que han sabido mantener vivos los usos y costumbres ancestrales de sus comunidades, tal es el caso de la ceramista Cesárea América Orrala Suárez, de la comuna de El Morrillo, ganadora del Concurso Nacional de Reconocimiento a Portadores de Saberes Tradicionales 2013.

La comuna Montañita, está ubicada en la Ruta del Spondylus en el cantón Santa Elena, es un sitio turístico visitado por nacionales, extranjeros, practicantes del surf y porque en él se encuentran todo tipo de negocios y distracciones como bares, restaurantes, venta de artesanías, cabañas ecológicas, fogatas al atardecer, clases de surf, y en donde continuamente se desarrollan campeonatos de este deporte.

El sector artesanal está formado por todas aquellas personas que trabajan en forma independiente y manual; el desarrollo progresivo de esta rama productiva contribuye a mejorar la distribución del ingreso y al crecimiento económico de la zona. Esta rama de la economía constituye también una alternativa de empleo, especialmente en el área rural y el aporte positivo es la restricción del éxodo campesino a las áreas urbanas, es por ello, que resulta necesaria la formulación de estrategias alineadas al fortalecimiento de la competitividad para estar a la par en el contexto de globalización.

El planteamiento y diseño de acciones y estrategias competitivas innovadoras, dinámicas, flexibles y participativas que fortalezcan el sector empresarial artesanal de la comuna, están orientados a mejorar la situación de estas unidades productivas buscando su participación activa y efectiva en el proceso para lograr cambios significativos en el desarrollo y progreso de la localidad; buscando el incremento permanente de la eficacia y eficiencia para satisfacer las necesidades de los clientes y disminuir la acción de la competencia; de igual

forma se persigue la valoración y el reconocimiento de la preservación de la pluralidad cultural y de los conocimientos tradicionales y ancestrales en la elaboración de artesanías por el potencial humano que forma parte del patrimonio intangible de la comunidad.

Con la implementación de la propuesta, el sector artesanal de la comuna Montañita, podrá alcanzar mayores beneficios en las ventas de sus productos; sin embargo, se requiere que el componente humano se capacite para mejorar su competitividad, así como la gestión empresarial, que generalmente es empírica, adquirida por tradición o costumbre, con conocimientos precarios de comercialización.

Los autores del presente trabajo investigativo, desean aportar a favor de los artesanos de la comuna Montañita una estrategia comercial que mejore la competitividad de sus productos, para lo cual, mediante reuniones focales se conocieron las verdaderas necesidades del sector, estableciendo sus fortalezas, como las aptitudes, habilidades y destrezas; las oportunidades que han tenido y no han sabido aprovecharlas por carecer de un asesoramiento apropiado y por la carencia de organización productiva. Estas reuniones permitieron estar al tanto de todas las dificultades que tienen actualmente los artesanos.

La propuesta está dirigida a mejorar el entorno empresarial del sector artesanal de la Comuna Montañita, a través de acciones que contribuyan a convertirlo en una actividad económicamente productiva como base del desarrollo; aumento del empleo sostenible y el reconocimiento de la calidad y valor agregado de los productos ofertados por medio del diseño de una estrategia de mejoramiento competitivo; la coordinación de acciones y la organización de los artesanos potenciando sus capacidades hacia la búsqueda de alternativas viables alineadas con los objetivos propuestos; la investigación cuenta con el apoyo y colaboración de las autoridades comunales, los artesanos autónomos y la comunidad.

El mayor beneficio será para los artesanos involucrados, la comunidad y los visitantes. La investigación sería un punto de partida para posteriores trabajos sobre la importancia del sector artesanal en la región, contribuirá a que estas unidades productivas de la península evolucionen y mejoren la realidad socioeconómica de las comunidades locales, favorecerán la generación de riqueza que pueda ser utilizada en el mejoramiento de la calidad de vida; la maximización y redistribución de los ingresos, el fortalecimiento de la capacidad productiva, la creación de nuevas tendencias artesanales, la eliminación de la informalidad para la

generación de un desarrollo sustentable y el impulso a la actividad artesanal como generadora de ingresos y empleo en la región.

Principalmente, se persigue atraer el interés y participación de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales radicadas en la provincia, siendo necesario plantear un análisis de la situación actual mediante un sondeo preliminar y definitivo en la población para poder implementar estrategias de fortalecimiento y competitividad de los microempresarios artesanales del sector, que les permita consolidarse en el mercado y alcanzar un mayor desarrollo y crecimiento.

1.6 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

¿Qué tipo de problemas enfrenta el sector artesanal de la comuna Montañita?

¿Qué factores han intervenido en la falta de competitividad y productividad de los artesanos?

¿Se conocen las herramientas que ofrecen los organismos del estado para mejorar la productividad y competitividad de los negocios?

¿Cómo afecta al desarrollo comercial de la comuna el desconocimiento de estrategias competitivas por parte de los artesanos autónomos de la localidad?

¿Qué acciones se han ejecutado en beneficio del sector artesanal de la comuna?

¿Qué organismos han propuesto soluciones viables para los problemas del sector artesanal en la región?

¿Cuáles son los principales elementos que permitirán el diseño de estrategias competitivas para el sector artesanal de la comuna Montañita?

¿Qué ventajas y beneficios para el desarrollo local puede ofrecer una mayor competitividad de los artesanos de la comuna?

¿Qué tipo de estrategias se debe considerar para fortalecer la competitividad del sector

artesanal de la comuna Montañita?

1.7 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Diseñar una estrategia que optimice la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita, estableciendo las acciones pertinentes que faciliten el logro de resultados exitosos en la comercialización de artesanías.

1.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Analizar los principales factores que inciden en la competitividad de los artesanos de la localidad.
- Diseñar el plan de acción que permita la generación de una mayor ventaja competitiva para el sector artesanal, involucrando a las entidades estatales y privadas en el fomento y desarrollo del sector artesanal.
- Determinar los factores internos y externos que permitan evaluar la ejecución de la estrategia, potenciando los conocimientos de los artesanos a través de convenios con instituciones públicas y privadas orientadas a fortalecer la competitividad del sector artesanal.
- Establecer los recursos institucionales, materiales, económicos y humanos que se requieren para la implementación de la estrategia; fortaleciendo la organización de las agrupaciones artesanales existentes.

1.9 LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN

De tiempo: La presente investigación se iniciará durante el tercer cuatrimestre del año 2013.

De espacio: El trabajo de investigación se realizará en la comuna Montañita, ubicada en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

De recursos: En la investigación se ha considerado que no existen límites de recursos, puesto

que los artesanos desean mejorar sus negocios.

1.10 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

1.10.1 Variable Independiente

Diseño de estrategias.

1.10.2 Variable Dependiente

Competitividad del sector artesanal.

1.11 HIPÓTESIS

1.11.1 Hipótesis General

El diseño de una estrategia adecuada fortalecerá la competitividad del sector artesanal de la Comuna Montañita.

1.11.2 Hipótesis Particulares

El diagnóstico de la situación actual de los artesanos permitirá determinar los elementos necesarios para la elaboración de una estrategia competitiva.

El conocimiento de los diferentes modelos de competitividad incidirá positivamente en el diseño de una estrategia adecuada para el sector artesanal de la comuna montañita.

Las estrategias competitivas contribuirán al desarrollo económico y a la preservación del patrimonio material e inmaterial de la comuna.

1.12 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES O PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
El diseño de una estrategia adecuada fortalecerá la competitividad del sector artesanal de la Comuna Montañita.	Independiente Diseño de estrategias.	Definición de las acciones, actividades y mecanismos necesarios para configurar al sector artesanal respecto a un entorno competitivo.	Acciones Individuales Actividades Grupales Mecanismos Sector Artesanal Inequidad competitiva del mercado	Ejecución de acciones o actividades Número de mecanismos empleados Calificación del sector artesanal Participación de mercado	¿Qué tipo de acciones se han desarrollado para implementar estrategias competitivas en el sector artesanal? ¿Se ha propuesto actividades para mejorar el entorno competitivo? ¿Conoce los mecanismos para fomentar la gestión del negocio artesanal? ¿De qué forma se puede organizar al sector artesanal? ¿Cómo calificaría los servicios que prestan los artesanos de la comuna Montañita? ¿Cree usted que se puede exportar las artesanías elaboradas en la comuna? ¿Una estrategia competitiva mejorará la comercialización de las artesanías? ¿Le gustaría que sus productos sean reconocidos internacionalmente?	Observación Enfoque de grupo Encuestas Entrevistas

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS O PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
El diseño de una estrategia adecuada fortalecerá la competitividad del sector artesanal de la Comuna Montañita	Dependiente: Competitividad del sector artesanal.	Capacidad del sector artesanal para producir y comercializar sus productos en el mercado, bajo condiciones más atractivas que la competencia.	Productividad Comercialización Mercado Competencia	Grado de Eficiencia y productividad del negocio. Nivel de competencias comerciales. Porcentaje de captación de clientes Número de competidores en el mercado local	<p>¿La capacidad de producción de las artesanías satisface sus expectativas?</p> <p>¿Estaría de acuerdo en la intervención de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para mejorar la productividad del negocio?</p> <p>¿Requiere de una mayor formación en competencias comerciales?</p> <p>¿Utiliza alguna técnica para llegar a un mayor número de clientes?</p> <p>¿Conoce quienes son sus principales competidores?</p> <p>¿Se cuenta con un plan de acción para lograr un mayor posicionamiento en el mercado?</p> <p>¿Está en condiciones de competir en un mercado internacional?</p> <p>¿Conoce cuáles son los mercados potenciales en el exterior?</p> <p>¿Conoce las oportunidades que ofrece el gobierno para exportar productos artesanales?</p>	Observación Enfoque de grupo Encuestas Entrevistas

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ESTADO DEL CONOCIMIENTO

La historia del Ecuador hace referencia a los inicios de la rica producción artesanal que acompañaba las prácticas rituales mucho antes de la época del incario, cuando los pobladores de aquella época elaboraban implementos de trabajo, así como artículos decorativos y ceremoniales, demostrando notables habilidades en esta práctica. Cuando los incas invadieron el actual territorio ecuatoriano, se encontraron con pueblos de un alto nivel socioeconómico y cultural, con prácticas políticas, militares y religiosas, además de un claro proceso de división social del trabajo.

En la actualidad, en el país “la actividad productiva artesanal involucra, directa e indirectamente, a 4,5 millones de ecuatorianos, lo que representa un 32,7% de la población económicamente activa. El sector está constituido por más del 80% de unidades básicas familiares y la generación de empleo significa un 12,3% de la población urbana a nivel nacional”.²

La agilidad en las manos de los artesanos de la zona rural de Santa Elena proviene de una cultura milenaria, la Valdivia, que aparece en el periodo formativo y se desarrolló entre el 3500 y el 1800 A. C. se asentó en la Península, en el estuario del Guayas, en Los Ríos, Manabí y El Oro, esta cultura masificó el uso de la cerámica.

“Confeccionaban principalmente ollas, cuencos y escudillas, siempre de boca ancha y base cóncava. Para la decoración de estas vasijas emplearon diversas técnicas: modelado, inciso o estampado, con las que realizaban motivos geométricos, sobre vasijas generalmente pulidas. Otro elemento destacable de la alfarería de esta cultura son las figurillas, las que en un comienzo fueron hechas de piedra y luego de cerámica. La mayor parte representa mujeres, que muestran distintas fases de la vida femenina, como la pubertad y el embarazo, el parto. La importancia que tenía el adorno personal para esta cultura, también se muestra en

² País Productivo. Revista del Ministerio de Industrias y Productividad. Dic. 2012 – Enero 2013.

figurillas con bezotes o adornos labiales, collares y orejeras. Estos elementos se harían principalmente de conchas marinas como el molusco bivalvo *Spondylus* y el caracol *Strombus*, que posteriormente tendrían gran importancia para la ritualidad de los pueblos andinos”.³

Según Luciano Martínez: “A pesar de disponer de este importante marco teórico, no existen estudios que hayan abordado de una forma integral la problemática de los campesinos-artistas, es decir, su proceso de conformación histórica y su transformación posterior, producto de una cada vez más intensa vinculación con el capital. Este vacío analítico, se encontraba ya en Lenin. Si bien, al referirse a la industria doméstica y a la artesanía, indica que hay un vínculo estrecho entre las dos actividades, formando "un todo único", no obstante, debido a la falta de estadísticas y al supuesto de que existiría sólo en las zonas atrasadas de la Rusia de entonces, el autor no aborda el tema en profundidad y más bien se concentra en el análisis de la industria de los "Kustares", pequeñas industrias rurales donde ya se ha cristalizado la separación entre agricultura e industria y la pequeña producción mercantil, utilizando en mayor cantidad el trabajo asalariado y que conforman la base del surgimiento de talleres capitalistas”.⁴

La CEPAL (2004) pone de manifiesto: “No cabe duda que la importancia del empleo rural no agrícola, que en muchos países ya constituye un sector importante de la economía rural, se incrementará sobremanera a medida que la agricultura pase a integrarse cada vez más en los mercados mundiales y se intensifiquen los vínculos entre las zonas urbanas y rurales. No obstante, lo que no es tan claro es cómo aprovechar mejor estas fuerzas diversificadoras para que el empleo no agrícola obre como catalizador de un patrón de desarrollo más amplio e incluyente. Desde una perspectiva normativa, reviste particular interés determinar si los pobres rurales son capaces de optimizar las oportunidades que les brinda el empleo no agrícola o si se necesitan medidas de política concretas para ayudarlos”.⁵

Las zonas rurales no son un espacio dominante de las actividades agrícolas, como se ha querido ver durante mucho tiempo, existen otros sectores como el artesanal, con grandes

³ Arte de la Cultura Valdivia. Consultado el 13 de febrero del 2014 de http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_Valdivia

⁴ Luciano, Martínez. (1996). Los campesinos artesanos en la Sierra Central: el caso Tungurahua. Colección CAAP EC Ecuador.

⁵ CEPAL (2004). Artículo N° 35 sobre el Empleo e Ingresos rurales no agrícolas en América Latina.

potencialidades e iniciativas que merecen ser promovidos, pues conforman un elemento primordial en la generación de empleo y en la obtención de ingresos para las familias campesinas.

“La provincia de Santa Elena, al igual que el resto del país, cuenta con un gran segmento de población que se ha “autoempleado”, es decir, personas que ante la incapacidad del modelo de desarrollo imperante, de absolverlos como mano de obra y por ende de poder reproducir su propia fuerza de trabajo se ven forzados a generar estrategias de supervivencia, a crear su propio trabajo, de tal forma, que estos emprendedores o “informales” (dependiendo del enfoque) tienen una visibilidad cada vez más significativa, dependiendo del escenario urbano o rural en la economía del territorio”.⁶

Dentro de este grupo de la población que no han logrado insertarse de manera oficial en el mercado se encuentran los artesanos autónomos, quienes enfrentan el reto de mantenerse en un mundo industrializado y ganar espacio en un entorno económico altamente competitivo, por lo que, hacen falta estrategias que generen ventajas ante la competencia y les permita lograr un mayor posicionamiento.

La política económica debe replantearse y considerar aquellas actividades productivas tradicionales, como lo es la artesanía, que ha sufrido el abandono de las autoridades de turno, sin embargo, se han constituido como una importante alternativa de generación de empleo y fuente de ingresos para una gran parte de la población económicamente activa.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La presente investigación, abarca la necesidad de estrategias que permitan fortalecer la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita en el cantón Santa Elena, situación que se analiza desde el punto de vista de las principales teorías que ofrecen una visión sistemáticamente unificada del problema a fin de suministrar una comprensión más profunda de los hechos.

Las teorías que se toman en consideración corresponden a la teoría del desarrollo

⁶ Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 – 2021. Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena.

local, teoría marxista del mercado de trabajo, teoría del capital humano, teoría de la producción, teoría de la segmentación del trabajo, teoría del desarrollo organizacional y la teoría de la competitividad empresarial.

2.2.1 Teoría del desarrollo económico local

Las deficiencias de los gobiernos de turno en satisfacer las necesidades básicas de las regiones y localidades que conforman los países en desarrollo, así como las múltiples demandas insatisfechas de la población dieron paso a un mayor impulso al proceso de desarrollo económico local y a la descentralización.

Según Mario Tello: “Para lograr los objetivos de desarrollo económico a nivel local, se requiere de la acción e interacción, no sólo del gobierno local, sino también de los otros elementos, factores o actores considerados en la literatura DEL”.⁷

Las economías locales y regionales, aportan significativamente a las economías globales, pero su fortalecimiento depende de la intervención de los actores condicionados por los factores económicos, políticos, sociales, culturales, entre otros.

El desarrollo económico local conjuga la dimensión territorial, económica, cultural, política y ambiental como un proceso de desarrollo integral, que incluye los pilares económicos, sociales y medioambientales, fortaleciendo el desarrollo sustentable y equitativo de las localidades, tomando en cuenta las características y potencialidades del territorio y sus pobladores.

Pérez, B. (2000), lo define como: “aquel proceso reactivador y dinamizador de la sociedad local, que mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos existentes de una determinada zona o espacio físico, es capaz de estimular y fomentar su crecimiento económico, crear empleo, renta y riqueza y sobre todo mejorar la calidad de vida y el bienestar social de la comunidad local.”⁸

⁷ Tello, Mario. (2006). Las teorías del desarrollo económico local y la teoría y práctica del proceso de descentralización en los países en desarrollo. CIES. Universidad Católica del Perú.

⁸ Pérez, B. & Carrillo, E. (2000). Desarrollo Local: Manual de uso, ESIC Editorial. Madrid – España.

La construcción de la capacidad económica, así como el mejoramiento del futuro económico y la calidad de vida de los habitantes de un área local es la finalidad del Desarrollo Económico Local (DEL) en donde los actores del sector público, privado y las ONG's trabajan conjuntamente y aportan de acuerdo al ámbito de sus actividades para lograr un entorno óptimo orientado al crecimiento económico a nivel local.

El DEL incide de manera positiva en la competitividad, en el desarrollo sostenible e incrementa de manera continua el bienestar de la población; bajo este contexto, los gobiernos municipales se deben comprometer con la promoción y facilitación del desarrollo económico local y dentro de ello la prestación de servicios administrativos y públicos, con el fin de lograr mayor productividad y sostenibilidad.

2.2.1.1 Dimensiones del desarrollo económico local

Las entidades públicas y privadas de la provincia de Santa Elena, deben crear un entorno local favorable para el progreso de las comunidades, utilizando el potencial de desarrollo existente en cada una de ellas; fomentando el uso eficiente de los factores productivos, generando economías de escala y fortaleciendo el aumento de la productividad a niveles que permitan renovar la competitividad en el mercado y de esta manera, mejorar la situación socio económica de la población y un mayor desarrollo en la región.

Se concluye que para promover el desarrollo económico sustentable con generación de empleo e ingreso, se destaca la necesidad de estrategias y acciones encaminadas al fomento de las potencialidades productivas y de empleo existentes, actividades en las que los gobiernos locales pueden desempeñar un papel decisivo en la construcción de los entornos institucionales, orientados a favorecer el fomento productivo y empresarial asegurando la empleabilidad de los recursos humanos y mejorando la capacidad empresarial para lograr mayor sostenibilidad y productividad.

El desarrollo económico local considera cinco dimensiones básicas:

Dimensión territorial: Toma como unidad de actuación un territorio delimitado por características físicas, económicas particulares y socioculturales. Se identifican los sitios geográficos cuyas iniciativas respondan a las tipologías concretas y las tendencias

económicas.

“Las estrategias de desarrollo económico local conciben, pues, el territorio como un agente de transformación social y no únicamente como simple espacio o soporte funcional del despliegue de actividades. El territorio socialmente organizado y sus rasgos sociales, culturales e históricos propios, son aspectos muy importantes desde la perspectiva del desarrollo económico local”.⁹

El desarrollo es un proceso que ocurre dentro de un territorio o localidad que genera capacidades locales y mejora las condiciones y oportunidades para sus habitantes en cuanto a los ingresos económicos, la educación, la recreación, la salud, y la cultura entre otros.

Dimensión económica: Examina las relaciones económicas que se desarrollan en el territorio, evaluando las oportunidades, restricciones y fortalezas, bajo una alineación de eficiencia y competitividad.

El turismo en la comuna Montañita ha generado un proceso de crecimiento económico y cambio estructural en la localidad, representando una gran oportunidad para el sector artesanal, pero éste debe de buscar mejores estrategias para organizar los factores productivos orientados a optimizar los niveles de productividad para ser más competitivos en el mercado.

Dimensión sociocultural: Resalta la importancia de los individuos que actúan en una región, considera el acceso a la educación, formación, nutrición, salud, empleo digno, distribución del ingreso, sus patrones culturales, relaciones y los valores que conforman los principales fundamentos para promover el desarrollo económico local.

Las relaciones existentes entre los artesanos generan una interacción recíproca que les permite establecer propuestas de solución a los diferentes problemas que enfrentan, pero carecen de la formación adecuada para instaurar los procedimientos propicios que les permitan resolver los mismos.

⁹ El enfoque del desarrollo económico territorial. Consultado el 28 de marzo del 2014 de <http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2013/02/modulo7bajaresolucion-110623125945-phpapp01.pdf>

Dimensión ambiental: La protección del medio ambiente es parte de los deberes institucionales públicos y privados en un contexto integrado que valore las potencialidades y oportunidades que se conjugan en la sostenibilidad ambiental como un importante activo del desarrollo económico local. Un factor importante para el desarrollo local de la comuna Montañita es el mantenimiento del medio ambiente, ya que la calidad y el respeto del entorno permite alcanzar una economía más dinámica y competitiva.

Dimensión institucional: Distingue la integración de los actores existentes en un territorio, sean estos públicos, privados, organizaciones sociales y comunales, sus relaciones, procedimientos y normas de actuación, orientados a la revitalización de la sociedad civil y al fomento de una cultura emprendedora local.

La comuna Montañita se ha ido formando como consecuencia de las relaciones entre los comuneros y otros actores sociales, principalmente los extranjeros que se han radicado en la localidad, la actual administración comunal se ha preocupado mucho por lograr una mejor infraestructura de la localidad, pero se requiere que preste más atención al sector artesanal.

2.2.2 Teoría marxista del mercado de trabajo

“Marx señala que aunque el aumento del capital total supone también un crecimiento del capital variable (y la demanda de fuerza de trabajo que este representa), y este ritmo de crecimiento comienza a ser menor que el de la población obrera y, por tanto, surge un excedente o sobrante de los trabajadores, que tiende a ser mayor cuanto mayor es el ritmo de la acumulación capitalista. Esta población obrera sobrante se genera por dos vías: el despido de los obreros que antes tenían trabajo, y la imposibilidad de conseguirlo por una parte de los nuevos contingentes de trabajadores”.¹⁰

La esencia del capitalismo es la ganancia, para Marx, la fuerza de trabajo es una mercancía que se compra y se vende, y es la que genera valor al intercambiarse, proporcionando al capitalista un dividendo monetario superior al que ha pagado al trabajador quien sólo se limita a producir valores para otro a cambio de una remuneración.

¹⁰ Marx, Karl (1973). El Capital.

La situación que se menciona provoca la lucha de intereses, por un lado, están los trabajadores que ofertan su mano de obra a cambio de un salario, y por otro, los empleadores que persiguen maximizar sus beneficios a través del empleo riguroso de la mano de obra, por lo que siempre existirá un conflicto de intereses.

En este contexto, los artesanos venden su fuerza de trabajo a aquellas fundaciones o mayoristas que les compran sus productos a precios que no representan el valor real del esfuerzo laboral al producir las artesanías, a pesar de los desacuerdos existentes les siguen entregando sus productos por ser la manera más rápida de venderlas a costa de obtener menores ganancias.

2.2.3 Teoría del capital humano

La educación juega un papel fundamental en la formación del capital humano, su importancia radica en que se convierte en el motor del desarrollo económico sostenible. Esta teoría considera a la educación y formación como una inversión que les permite a los individuos fortalecer su eficiencia productiva y la generación de mayores ingresos.

Cabe recordar que los artesanos consideran que la inversión en capacitación representa un gasto de consumo y consideran que sus habilidades y conocimientos empíricos son suficientes para manejar el negocio, pero no toman en cuenta los beneficios futuros que representa la formación.

Esta teoría habla de la importancia que tienen las instituciones educativas como un instrumento que permite adquirir o incrementar los conocimientos y las habilidades necesarias para la inserción en el campo laboral. A estos conocimientos y habilidades se los denomina capital humano. La teoría al estar relacionada directamente con la economía clásica, plantea que la educación no es un consumo, sino una inversión; estima que el ser humano que ha sido educado o instruido, obtendrá ingresos a través de los cuales recupera todos los gastos que hizo para obtener su formación educativa.

La educación desarrolla ventajas comparativas y competitivas en las personas, para muchos países la inversión en capital humano se ha convertido en una prioridad, puesto que consideran que la educación juega un rol preponderante en la generación de conocimiento y

favorece de diversas formas al crecimiento económico.

La formación académica se refleja en la competitividad humana y en la capacidad productiva de un individuo, lo que determina el reconocimiento del capital humano en el mercado; sin embargo, es necesario aprovechar debidamente los conocimientos de los individuos para poder asociarlo a mejores niveles de productividad.

Lo expuesto anteriormente debe aplicarse a la capacitación de los artesanos de la comuna Montañita para fortalecer sus conocimientos en el logro de una mejor comercialización de sus productos y obtener alta rentabilidad.

La formación adecuada de los artesanos, sus conocimientos, habilidades y competencias, permiten aumentar la productividad de los negocios, y por consiguiente, el mejoramiento económico. Por otro lado, la preparación académica fortalece la innovación, permitiéndoles emplear las técnicas digitales disponibles para el diseño de nuevos productos, promoviendo la confección de artesanías de mayor calidad y creando las condiciones necesarias para alinearse con las actividades que realiza, emprendiéndolas con mayor motivación, fuerza y seguridad.

2.2.4 Teoría de la Producción

El objetivo de las empresas es la maximización de los beneficios, determinando la cantidad de insumos a utilizar de acuerdo a su función de producción, el nivel de producción y el precio de los insumos, buscando la minimización de los costos para lograr una determinada producción.

“La teoría de la producción analiza la forma en que el productor, dado "el estado del arte o la tecnología, combina varios insumos para producir una cantidad estipulada en una forma económicamente eficiente”.¹¹

“Se considera rama de la economía, esto es en base a que se ocupa del análisis de los determinantes de la elección de la empresa sobre las cantidades de insumos, de acuerdo con

¹¹ Teoría de la Producción. Consultado el 2 de abril del 2014 en <http://economyisela.blogspot.com/2010/02/teoria-de-la-produccion.html>.

su función producción, los precios de los insumos y el nivel de producción que se requiere. La Teoría de la Producción, se fundamenta en la hipótesis de que la empresa desea emplear el conjunto de cantidades de insumos que minimizan los costos totales al obtener una producción determinada. Así, variando la producción es posible construir las relaciones “producto-costo”, las cuales sirven de base en la construcción de la Teoría de la Empresa”.¹²

En este sentido es necesario orientar a los artesanos para que logren un nivel óptimo de producción dentro de los límites de su capacidad productiva; se requiere que se haga conciencia para evitar los desperdicios de materiales, debido a que la mayoría de estos los encuentran en la naturaleza y su costo es relativamente bajo, los sobrantes o remanentes se desechan, cuando se podrían aprovechar para elaborar artesanías de menor tamaño.

A través de la observación, se detectó que los artesanos de la comuna Montañita no toman conciencia del nivel de producción que les permita maximizar sus ingresos y minimizar sus costos, pues en ocasiones producen porque tienen a la mano la materia prima, lo que les obliga a mantener un alto stock durante periodos prolongados o venden sus artesanías a precios que no representan el esfuerzo y trabajo empleado en su elaboración, en otras ocasiones elaboran artesanías debido a que se acerca un periodo vacacional o un feriado pero no toman en cuenta la probable demanda de sus productos y debido a la alta competencia deben ofertarlos a bajos precios, lo que ocasiona pérdidas e insatisfacción en las ventas, resultando inconveniente para el productor artesanal que hace mal uso de sus recursos productivos.

2.2.5 Teoría de la segmentación del mercado de trabajo

A finales de los años sesenta algunos autores comenzaron a destacar la permanencia de la pobreza y de las diferencias en las ganancias, la discriminación o el fracaso de los programas de formación basados en la teoría del capital humano, así como el subempleo en mercados locales. Esta teoría analiza las situaciones que se generan por la diferenciación en cuanto a la educación, formación y experiencia del capital humano como determinantes de los salarios y que afectan el funcionamiento competitivo de los mercados debido al surgimiento de segmentos diferenciados.

¹² Teoría de la Producción. Consultado el 3 de abril del 2014 en <http://www.angelfire.com/bc3/valle/capitulo7a.htm>.

“La teoría de la segmentación del mercado de trabajo es un conjunto de enfoques teóricos que han ido surgiendo desde finales de los años sesenta con el fin de explicar fenómenos como la presencia de desigualdades salariales, la discriminación, la pobreza, el desempleo, entre otros”.¹³

El enfoque principal de esta teoría, se orienta a manifestar que el mercado de trabajo está conformado por segmentos diferentes, en los que cada uno define la forma de asignación y determinación de los salarios, ocasionando un trato diferenciado entre los trabajadores.

Bajo la perspectiva mencionada, los artesanos de la comuna Montañita se han convertido en un segmento del mercado de trabajo rural con bajos salarios y escasos beneficios, que deben buscar una mayor capacitación para generar progresivamente mano de obra calificada en la elaboración de artesanías, pero también la inclusión en el sector de capital humano formado en la comercialización de sus productos, que aporten con sus conocimientos y habilidades a lograr mejores condiciones productivas y laborales, desarrollando verdadera vocación empresarial para obtener mayores ingresos y así disminuir los niveles de pobreza en la localidad.

2.2.6 Teoría del desarrollo organizacional

En el mundo actual, el desarrollo organizacional es imprescindible para lograr los cambios orientados a una mayor eficiencia de las empresas y alcanzar la competitividad a nivel nacional e internacional. La teoría del desarrollo organizacional, surge como un conjunto de doctrinas alineadas a un enfoque sistemático de la organización y del ambiente, para lograr el crecimiento y desarrollo como respuesta a los continuos cambios que se originan en la sociedad, lo que obliga a revitalizar y reconstruir las organizaciones.

Para Chiavenato (2009). “Un grupo está formado por dos o más personas que interactúan entre sí, de modo que el comportamiento y el desempeño de una esté vinculado a lo que hagan los demás”...”. “Es un conjunto de personas que se comunican con frecuencia durante cierto tiempo”... “El número de integrantes es suficientemente pequeño para que cada

¹³ Eduardo Fernández-Huerga. La teoría de la segmentación del mercado de trabajo: enfoques, situación actual y perspectivas de futuro. Consultado el 03 de abril del 2014 en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672010000300004

persona se pueda comunicar con los demás frente a frente”.¹⁴

Los artesanos autónomos de la comuna Montañita trabajan de manera individual y actúan de acuerdo a sus propios intereses, no poseen una estructura organizacional definida que los oriente a lograr objetivos comunes, carecen de motivación y el clima organizacional no satisface las expectativas de los integrantes, se agrupan únicamente para tener el respaldo de un nombre.

Mendoza y Garza (2009), expresan que: “La celeridad de los cambios provocados por la dinámica de la globalización exige que las empresas sean cada vez más flexibles para poder sobrevivir y ser competitivas”.¹⁵

Lo anterior establece la necesidad de implementar una nueva estructura y cultura organizacional que fortalezca la integración de los artesanos para mejorar su efectividad y competitividad.

2.2.7 Teoría de la Competitividad

Constantemente las empresas buscan maximizar sus beneficios y minimizar los costos, lo que genera una búsqueda incesante de estrategias de desarrollo adecuadas para lograr una integración dinámica en el mercado.

Hernández, G. (1999) expresa que: “la competitividad es la etapa comprometida con la mejora continua por el que debe transitar la empresa en su camino hacia el éxito, en leal y solidaria competencia con otras de su tipo que también lo hacen, sobre la base de ofertar productos y/o servicios cada vez de mayor calidad, precios más atractivos y plazos de entrega oportunos y confiables, que le permitan de manera creciente, ganar la confianza de sus clientes, tanto nacionales como extranjeros, logrando un posicionamiento progresivo de sus productos y/o servicios en estos mercados, con vistas a consolidar su imagen corporativa, sin dejar de cumplir con su razón de ser y con los intereses nacionales y territoriales, donde se

¹⁴ Chiavenato Idalberto (2009). Comportamiento Organizacional. La Dinámica del éxito en las organizaciones. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill. Interamericana Editores, S.A. México.

¹⁵ Mendoza, M. & Garza J. (2009). Procesos de cambio y desarrollo organizacional. Universidad Autónoma de Aguascalientes. México.

localiza y desempeña”.¹⁶

El entorno en que se desenvuelven los artesanos de la comuna Montañita cambia constantemente y exige que estos entes económicos se adapten con rapidez a tales cambios, garantizándoles un aumento de la cuota de participación en el mercado para mantener un crecimiento satisfactorio de sus ingresos en beneficio de sus familias.

2.2.7.1 Las cinco fuerzas de Porter

Porter, M. (2009), profesor de la Escuela de Negocios de Harvard y reconocida autoridad sobre temas de estrategias y competitividad empresarial, expone que: “la competencia por obtener beneficios va más allá de los rivales consolidados de una industria para alcanzar también a otras fuerzas competidoras: los clientes, los proveedores, los posibles aspirantes, y los productos suplentes. Esta ampliación de la rivalidad que se origina en de la combinación de cinco fuerzas define la estructuras de una industria y moldea la naturaleza de la interacción competitiva dentro de ella”.¹⁷

Porter, M. (2009), en su libro: *Ser Competitivos*, postula la existencia de cinco fuerzas que originan la rentabilidad a largo plazo de un mercado o sector, siendo necesario analizar y evaluar sus objetivos y recursos disponibles frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia empresarial.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico que considera la dinámica interna de la empresa y el desempeño de ésta en el entorno competitivo en el que se desenvuelve, en el caso que se investiga se pueden realizar pronósticos de su situación para tomar decisiones adecuadas sobre la formulación de las estrategias competitivas a seguir para lograr un mayor posicionamiento en el mercado.

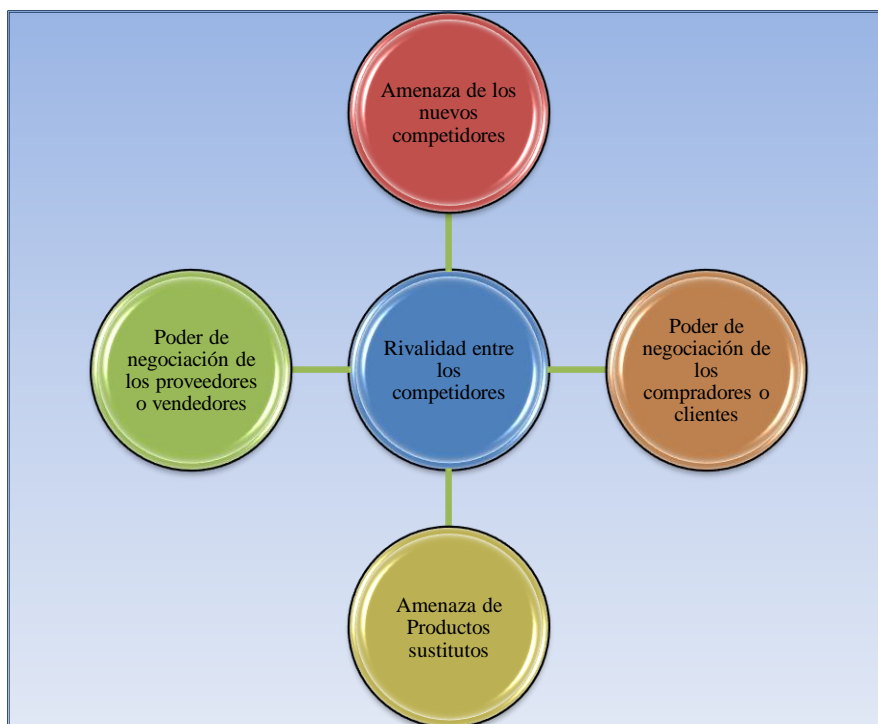
Los autores de la presente investigación consideran que la correcta conjugación de estas fuerzas beneficiaría al sector artesanal de la comuna Montañita, mejorando la rentabilidad de su comercio.

¹⁶ Hernández, G. (1999). *Competitividad y Éxito. Algunas tendencias actuales y su repercusión para el sector empresarial cubano*. Centro de Estudios de Dirección Empresarial Universidad Central Marta Abreu de las Villas. Santa Clara. Cuba.

¹⁷ Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Editorial DEUSTO. España.

Los elementos que intervienen en el análisis son:

- Competidores directos: Artesanos que ofrecen el mismo producto o servicio.
- Clientes: Los turistas nacionales y extranjeros que adquieren las artesanías elaboradas en la comuna.
- Proveedores: El principal proveedor es la naturaleza, desde donde se extrae la materia prima y luego las empresas que suministran lo necesario para la elaboración de las artesanías.
- Productos Sustitutivos: Aquellos productos similares o de material sintético que pueden satisfacer las mismas necesidades que las artesanías originales.
- Competidores Potenciales: Los artesanos extranjeros que se radican por periodos en el balneario y venden artesanías a pesar de tener visas de turistas.



Fuente: M. Porter. Estrategia Competitiva

Elaboración: Autores

Figura N° 1 Fuerzas que impulsan la competencia en la industria

Poder de negociación de los compradores o clientes

Hace referencia al poder que tienen los compradores para realizar una negociación con las empresas que producen un bien o servicio, cuando existe una menor demanda, los clientes pueden exigir precios más bajos. De igual forma, cuando el volumen de ventas es alto y la transacción es muy representativa para la empresa, los compradores negocian mejores condiciones ante sus proveedores. Los compradores tienen un mayor poder de negociación cuando los productos son menos diferenciados, se los puede comparar fácilmente con otras marcas, tienen información precisa de los productos o existen sustitutos, lo que les permite presionar para demandar precios bajos.

En la comuna Montañita cuando es temporada baja los precios de las artesanías tienden a bajar, pero siempre existe un precio mínimo, y cuando es temporada alta los precios suben debido a la alta demanda.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores

Cuanto menor sea el número de proveedores, mayor será el poder de negociación, al no existir una alta oferta de productos, se puede con facilidad aumentar los precios. Contar con una buena capacidad de negociación les permite a los proveedores lograr mejores precios por sus productos, pero además de lo anterior, los proveedores pueden alcanzar mayores ventajas cuando los clientes están más fragmentados, cuando el comprador no es un cliente importante para el proveedor, el producto es imprescindible para la producción del cliente o los productos son bien diferenciados.

Debido a que la mayor cantidad de materia prima se extrae de la naturaleza, los otros materiales se adquieren con facilidad en el comercio de la localidad o en mercados como el de La Libertad donde se pueden comprar a precios más bajos.

Amenaza de nuevos competidores

El ingreso de nuevos participantes en una industria puede ocasionar una reducción de los precios o que se incrementen los costos, puesto que las nuevas empresas elevan la capacidad productiva en la industria, lo que ocasiona una baja en la rentabilidad del sector.

En el mercado constantemente aparecen nuevos competidores, el actual gobierno ha dado las facilidades a la conformación de todo tipo de organizaciones, las mismas que pueden ingresar con mayores recursos y tecnología generando una amenaza para los artesanos de la comuna Montañita. Los turistas extranjeros, que al pernoctar por un tiempo en el balneario se ven en la necesidad de generar ingresos y lo hacen mediante la venta de artesanías.

Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos, a pesar de ser de menor precio y calidad, generan un mercado menos atractivo y una rentabilidad más baja, debido a que los compradores prefieren adquirir productos similares; sin embargo, los artesanos consideran que sus productos no tienen comparación y que los clientes los saben diferenciar de las imitaciones.

Rivalidad entre los competidores.

La rivalidad es una relación indirecta entre los competidores y la rentabilidad de un sector, cuando existen menor cantidad de competidores la rentabilidad es alta y cuando los competidores son muchos la rentabilidad disminuye. Bajo estas circunstancias, se requiere que los artesanos cuenten con estrategias competitivas que les permitan enfrentar las diversas eventualidades del mercado, garantizando su posicionamiento en el entorno comercial.

Los investigadores consideran que esta fuerza es la más amenazadora para los artesanos de la comuna Montañita que se dedican a la elaboración y comercialización de artesanías, puesto que el número de competidores se incrementa cuando llegan extranjeros a expender sus productos en la localidad por lo que la rentabilidad de los negocios decae. Sin embargo, los problemas del sector artesanal tienen una clara solución a través del fortalecimiento de la competitividad, la que les permite tratar con mayor eficiencia productiva la presión de los competidores, los cambios tecnológicos, infraestructura, proveedores, servicios, leyes, reglamentos, sector financiero, entre otros factores que interactúan entre sí como determinantes del desarrollo exitoso de las empresas.

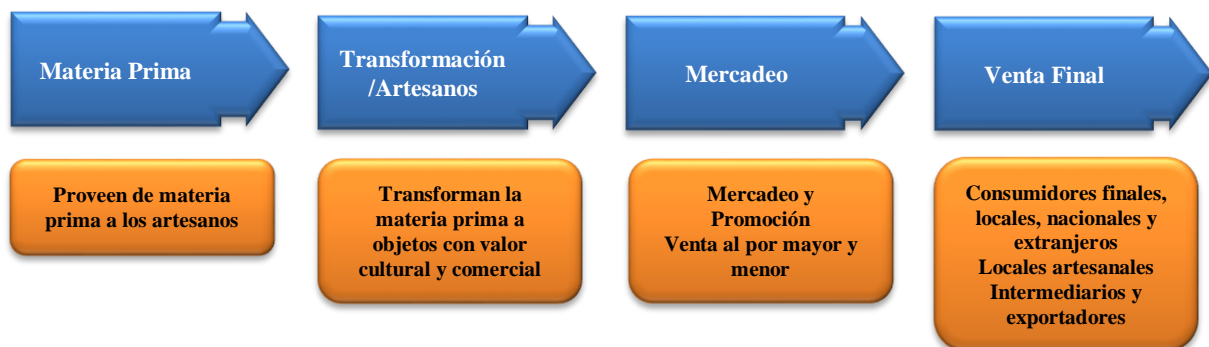
2.2.7.2 La creación de valor

Es una representación gráfica de las actividades que desarrolla un negocio o empresa

para fabricar o vender un producto, logrando analizar el aporte de valor en cada una de sus etapas así como los costos en que se incurren, también facilita el reconocimiento de las actividades susceptibles de mejora; esta herramienta permite identificar las fuentes de ventajas competitivas que a su vez definen las estrategias competitivas más idóneas para el desarrollo de un negocio. La creación de valor implica que a un producto o servicio se le puede añadir una característica innovadora de difícil imitación por parte de la competencia, que lo diferencie y le represente una posición más favorable en el sector en que se desempeña.

Su elaboración consiste en colocar las actividades primarias (participan en la creación y transferencia del producto) como bases para las actividades de soporte o apoyo (que sustentan a las actividades primarias), finalmente se incluye la diferencia entre el valor del producto y los costos que representan. Para esquematizar la cadena de valor de un negocio, primero se deben definir las actividades primarias en los distintos procesos del producto, luego se agregan las actividades de soporte, el desempeño del negocio está determinado por la coordinación de las actividades individuales con los otros elementos del sistema de negocios.

Funciones de los Actores



Relaciones entre los operadores de la cadena de valor

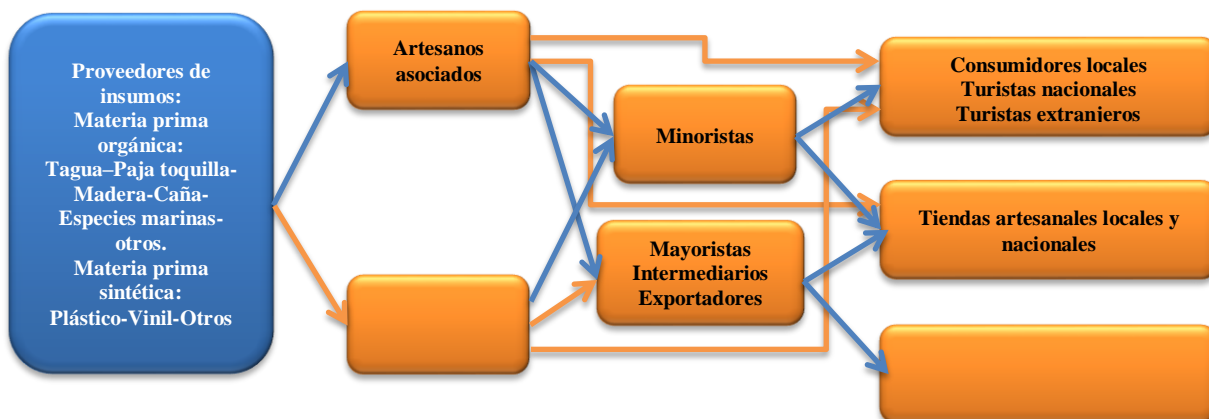


Figura N° 2 Gráfico de la cadena de valor del sector artesanal

Fuente: Diversificación productiva de la provincia de Santa Elena

2.2.7.3 Análisis Costo – Beneficio

En la actualidad se ha dado mucha importancia a la medición de los impactos y al establecimiento de la causalidad de los proyectos – públicos o privados – sobre el bienestar de la sociedad. El análisis Costo Beneficio es una herramienta que se utiliza en la toma de decisiones para determinar la viabilidad de un proyecto tomando en consideración las consecuencias sociales y económicas a fin de establecer si las ventajas generadas son suficientes para compensar la inversión.

El análisis Costo/Beneficio, proporciona una medida de la rentabilidad de un proyecto, comparando los costos previstos con los beneficios esperados en la ejecución del mismo. Su aplicación en la presente investigación permitirá analizar la situación sin proyecto y con proyecto a fin de establecer los beneficios que el sector artesanal obtendría al llevar a cabo la propuesta planteada.

2.2.8 Definición de Estrategias

Hill y Jones (2005); manifiestan que “la estrategia es el resultado de un proceso formal de planificación estratégica”.¹⁸

J. M. Ivancebich (2003), la define como: “un plan o finalidad referente al futuro, el cual plantea que se puede iniciar con una evaluación de la situación actual de la organización, prestando atención a las cualidades y deficiencias internas, así como también de las oportunidades y amenazas externas”.¹⁹

Para A. Thompson, M. Peteraf, J. E. Gamble y A. J. Strickland (2012) la estrategia de una organización “es el plan de acción que debe llevar a cabo una empresa para accionar en el mercado y competir con éxito”.²⁰

El último criterio es el que más se adapta a las necesidades de la presente

¹⁸ Hill, Charles W. y Gareth R. Jones. (2005). Administración estratégica. Un enfoque integrado. México: Mc Graw Hill Interamericana.

¹⁹ J. M. Ivancebich (2003). Consultado el 4 de noviembre del 2014 en <http://estrategiaexitosa7.blogspot.com/2014/11/claves-para-un-lograr-una-planificacion.html>

²⁰ A. Thompson, M. Peteraf, J. E. Gamble y A. J. Strickland (2012). Administración Estratégica. Teoría y Casos. Décimo Octava Edición. Mc Graw Hill – Educación.

investigación, puesto que, considera las acciones necesarias para competir en un mercado.

2.2.8.1 Tipos de estrategias

Estrategias competitivas

Estrategia de diferenciación. Se fundamenta en la creación de un producto que sea percibido por los clientes como exclusivo.

Estrategia de liderazgo en costes. Se justifica en la elaboración de un producto con los costes más bajos posibles, ofreciendo la misma calidad a un precio más accesible.

Estrategia de enfoque o segmentación. Consiste en centrarse en una parte del mercado, aplicando las estrategias de diferenciación o el liderazgo en costes, teniendo la oportunidad de escoger la estrategia competitiva más ventajosa para cada segmento del mercado.

Estas estrategias se fundamentan en la existencia de una ventaja competitiva que nace la creación de valor agregado que lo hace más atractivo frente a la competencia.

Estrategias de crecimiento

Estrategias Intensivas. Se aplican cuando un negocio o empresa desea incrementar sus ventas, aumentar el número de clientes, participar en otros mercados, satisfacer nuevas necesidades o desarrollar productos para un nuevo mercado.

1.- Penetración en el mercado: El objetivo de esta estrategia es lograr una mayor participación en el mercado actual para los productos o servicios que se comercializan, en este sentido la promoción y la publicidad aportan al logro de una respuesta positiva de los clientes nacionales y extranjeros.

2.- Desarrollo de nuevos mercados: El propósito de esta estrategia es lograr introducir los actuales productos en mercados nuevos o externos. Se recomienda aplicar este tipo de estrategias cuando la organización tiene mucho éxito en lo que hace, ingresar a

mercados nuevos no saturados, existe capacidad de producción para satisfacer la demanda local o cuando la empresa o industria está creciendo de manera acelerada.

3.- Desarrollo de productos: Consiste en mejorar los productos actuales o desarrollar nuevos, con la finalidad de lograr mayores beneficios para la empresa o negocio. Este tipo de estrategias se aplican cuando los productos están en su etapa de madurez, la empresa o negocio tiene clientes con disponibilidad de pagos, los competidores tienen productos de mejor calidad o precios competitivos.

4.- Desarrollo de productos y servicios: Se trata de trabajar con nuevos productos en nuevos mercados, su aplicación debe hacerse cuando existe recesión en los mercados, en general es una combinación de los dos anteriores.

El crecimiento del sector artesanal es la base de su supervivencia y desarrollo a largo plazo y la garantía de mejores ingresos depende de su crecimiento y promoción para abordar nuevos mercados.

Estrategias de integración. Se caracterizan porque buscan controlar del poder negociador de los actores que participan como proveedores, distribuidores o de la competencia, con ello se pretende disminuir las amenazas del entorno, asegurando el incremento de la participación del negocio en el sector o aumentando su capacidad operativa.

1.- Integración hacia atrás: Tratan de asegurar el control sobre los proveedores, se aplican cuando éstos no satisfacen las necesidades del negocio, sus utilidades son muy altas o son muy poco confiables, con esto, se logra asegurar la continuidad del suministro y la calidad de los productos comprados.

2.- Integración hacia adelante: Consiste en incrementar el control sobre los distribuidores porque las expectativas de crecimiento del sector son altas o cuando estos tienen un alto poder de negociación y elevan sus utilidades a costa de las ganancias de los productores.

3.- Integración horizontal: Busca adquirir mayor control de la industria comprando a los competidores, adquiriendo características monopólicas en una localidad,

mejorando su eficiencia y aumentando su poder en el mercado.

Estrategias de diversificación. Se aplican para reducir el riesgo de un negocio, consiste en incrementar la oferta de productos, sean éstos relacionados o no con el giro del negocio.

1.- Diversificación concéntrica o relacionada: Consiste en crear una nueva unidad de negocio relacionada con el negocio inicial agregándole valor a la primera y mejorando la competitividad de la misma.

2.- Diversificación conglomerada o no relacionada: Se caracterizan por la creación de nuevas unidades de negocios pero no tiene relación con las actividades de la empresa actual, se aplican cuando las ventas y las utilidades disminuyen o cuando se tiene a la mano capital y talento humano que pueda ser aprovechado en negocios más atractivos, reduciendo el riesgo de la empresa y promueve una rentabilidad estable para la empresa o sector.

Estrategias defensivas: Se aplican cuando el mercado es altamente competitivo y resulta necesario defenderse de la competencia, fortaleciendo y conservando la competitividad de la empresa.

1.- Empresas de riesgo compartido: Son empresas que se asocian o agrupan de manera temporal para cumplir con objetivos comunes, asumir costos de operación o aprovechar oportunidades que individualmente no lograrían.

2.- Encogimiento: Cuando las ventas de las empresas disminuyen y se afecta a la rentabilidad de la organización, es necesario reagrupar los recursos para disminuir costos y activos.

3.- Desinversión: Es aquella que promueve la venta de una parte de la organización cuando existe inestabilidad económica y política en un país.

4.- Liquidación: Cuando las estrategias de encogimiento y desinversión no han tenido éxito el paso siguiente es la venta de los activos para minimizar la pérdida de los

accionistas.

Estrategias ofensivas: Se consideran a las actuaciones agresivas contra la competencia para lograr una ventaja competitiva, se aplica con la finalidad de neutralizar a los rivales, en este sentido será necesario considerar el valor de la ofensiva en comparación con los beneficios. Las estrategias ofensivas están orientadas a atacar los puntos fuertes y débiles de los competidores.

2.2.9 Beneficios que ofrece el Ministerio de Industrias y Productividad

“El Ministerio de Industrias y Productividad tiene como misión impulsar el desarrollo de sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo”.²¹

Tiene siete objetivos estratégicos que son:

Objetivo Estratégico: 1. Incrementar la Producción Nacional para la sustitución estratégica de importaciones en los sectores priorizados.

Objetivo Estratégico: 2. Incrementar la oferta de productos con énfasis en los sectores priorizados.

Objetivo Estratégico: 3. Incrementar las capacidades productivas para mejorar la productividad con énfasis en los sectores priorizados.

Objetivo Estratégico 4. Incrementar la calidad en la producción nacional industrial con énfasis en los sectores priorizados.

Objetivo Estratégico 5. Incrementar la eficiencia operacional.

²¹ Ministerio de Industrias y Productividad. Valores/Misión/Visión. Consultado el 10 de octubre del 2014 en <http://www.industrias.gob.ec/el-ministero/>

Objetivo Estratégico 6. Incrementar el desarrollo del talento humano.

Objetivo Estratégico 7. Incrementar el uso eficiente del presupuesto.

En base a su misión y objetivos, el Ministerio de Industrias y Productividad ofrece una serie de planes y programas que benefician al sector artesanal y las Mipymes.

2.2.9.1 Apoyo a los artesanos para la participación en ferias

Está dirigido a todos los ciudadanos y empresas que deseen participar en las ferias artesanales locales, nacionales e internacionales, para lo cual se descarga un formulario de la página Web de Trámites Ciudadanos, el mismo que debe llenarse y entregarse con 4 fotografías de los productos y muestras de los mismos si se dispone. Debe mencionarse que este servicio no tiene ningún costo y se puede gestionar en cualquiera de las oficinas del MIPRO.

2.2.9.2 Producepyme, Exportapyme, Centros de Fomento Productivo

Producepyme: Es un programa de cofinanciamiento creado por el Ministerio de Industrias y Productividad que favorece el fomento a la producción y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas asociadas entre sí o de forma individual, productoras de bienes y servicios con valor agregado y artesanos del país, promoviendo la competitividad y productividad de las diferentes cadenas y sectores de la economía a través de asistencia técnica y asesoría en todos los procesos productivos de las unidades empresariales, asociativas y artesanales.

Sus ejes son: El mejoramiento ambiental, la responsabilidad social empresarial, desarrollo de los eslabones primarios y secundarios de la cadena de valor, promoción y consolidación de la asociatividad productiva, desarrollo de nuevas iniciativas empresariales y el fomento de la productividad laboral. Este programa se cofinancia hasta el 80% del proyecto, para unidades productivas independientes el monto máximo es de \$ 50.000 y para grupos asociativos es de \$ 100.000, el 20% será la contraparte de los beneficiados.

Exportapyme: Es un programa que apoya el acrecentamiento de las exportaciones de

las micro, pequeñas y medianas empresas ecuatorianas a través de la oferta de mecanismos de apoyo para el acceso a mercados internacionales. Los ejes de intervención son: Mejora de calidad y productividad, apoyo al proceso de pre inversión, promoción comercial y desarrollo de mercados. Los montos cofinanciados son los mismos que el programa anterior.

Centro de Fomento Productivo: Implementa la infraestructura productiva, emplazada al servicio de los sectores y cadenas productivas del Ecuador de manera focalizada para la prestación de servicios productivos a las unidades empresariales y asociativas del país con el objetivo de incrementar la productividad y competitividad del sector industrial y productivo del país. Para los proyectos de infraestructura productiva y mejora competitiva, este programa financia hasta el 70% del total del proyecto, con un tope máximo de apoyo de \$ 1.400.000 por parte del MIPRO.

2.2.9.3 Registro Artesanal

Es un acuerdo que acredita al artesano para beneficiarse de la Ley de Fomento Artesanal. Es un trámite sin costo que se realiza en la página Web del MIPRO, el registro le permite a los involucrados a formar parte de los programas y proyectos de este ministerio, formar parte de la página web de artesanos en donde se podrá promocionar los productos elaborados, obtener información de todos los programas y servicios del Ministerio de Industrias y Productividad en beneficio del sector artesanal y beneficiarse de la Ley de Fomento Artesanal.

2.2.9.4 Exportafácil

Es un sistema simplificado, ágil, efectivo y económico de exportaciones por medio de envíos postales. Está orientado a fomentar la remisión de productos de artesanos, micro, pequeños y medianos empresarios, emprendedores y actores de la economía popular y solidaria a los diferentes mercados internacionales.

Entre los beneficios que este sistema proporciona están: Tarifas competitivas, asistencia al exportador gratuita, créditos y descuentos para clientes corporativos, retiro de envíos a domicilio, seguimiento a sus envíos en línea, exportación desde cualquier parte del país, capacitación permanente, asistencia a exportadores por Call Center 1700 Correos,

trámite aduanero gratuito, participación en ferias y oportunidades comerciales.

2.2.9.5 Programas consorcios de exportación y origen con apoyo de ONUDI

Es una herramienta que cuenta con la asistencia de ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial) y apoyo de Pro Ecuador, orientado a fomentar la asociatividad y fortalecer las redes de MIPYMES y artesanos del país con el fin de exportar sus bienes o servicios.

Sus líneas estratégicas son: Fortalecimiento de las capacidades colectivas de grupos asociativos, Desarrollo económico territorial, Fomento a la oferta exportable, Revalorización de las vocaciones productivas.

Ámbito de aplicación: Micros, pequeñas y medianas empresas, artesanos, pequeños productores formales, por lo menos deben formar parte de un gremio o asociación artesanal.

2.3 LA CULTURA DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL

Varela, R. (2001)²², manifiesta que existen competencias básicas o conjunto de valores y actitudes que toda persona o líder empresarial debe poseer y que forman parte de su espíritu empresarial, entre las que se destacan las siguientes características:

- a) Fuerza vital. Para sacar adelante sus ideas y sus sueños se requiere de energía y dedicación.
- b) Deseo de superación y progreso. Los emprendedores buscan el mejoramiento continuo para lograr niveles superiores en sus actividades.
- c) Capacidad de identificar oportunidades. Representa el conocimiento del entorno para reconocer las oportunidades que se presentan en el mercado.
- d) Visión de futuro. Es la capacidad de percibir las tendencias y situaciones que puedan llegar a ocurrir.
- e) Habilidad creadora e innovadora. Habilidad para encontrar soluciones a los problemas que enfrenta.

²² Varela, R. (2001). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson Education. Bogotá Colombia.

- f) Aceptación y propensión al cambio. Es la predisposición y apego a los cambios existentes en el entorno.
- g) Iniciativa. Entusiasmo y decisión de hacer algo antes que otros lo hagan.
- h) Libertad / Autonomía / Autogobierno. Tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados.
- i) Capacidad en la toma de decisiones con información incompleta. Habilidad de tomar decisiones bajo incertidumbre.
- j) Convicción de confianza en sus facultades. Entendida como la seguridad de los conocimientos que posee, así como la creencia en sus destrezas y habilidades.
- k) Actitud mental positiva hacia el éxito. Visión ganadora.
- l) Compromiso / Constancia / Perseverancia. Esfuerzo continuo para alcanzar los objetivos planteados.
- l) Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos. Valor para actuar en escenarios no conocidos.
- m) Capacidad de realización. Potencial para llevar adelante sus proyectos.
- n) Capacidad de administrar recursos. Facultad para usar eficientemente los recursos disponibles.
- o) Practicabilidad y productividad. Ejecutar de manera precisa lo que se debe hacer.
- p) Capacidad de control. Supervisar con eficiencia los recursos y situaciones.
- q) Inconformismo positivo. Capacidad de aceptar que todo puede ser mejorado constantemente.
- r) Soluciones y no problemas. Habilidad de encontrar soluciones prácticas a los problemas que enfrenta.
- s) Responsabilidad / Solidaridad / Ética. Conciencia de que el progreso y bienestar se construyen respetando al ser humano y la naturaleza.
- t) Capacidad de integrar hechos y circunstancias. Conocer los elementos que engloban una situación y organizarlos para generar soluciones.
- u) Liderazgo. Capacidad de comunicarse con los demás e influir en sus emociones logrando que se trabaje con entusiasmo para el logro de objetivos comunes.

En los últimos años mucho se ha hablado del espíritu emprendedor como elemento importante en el desarrollo y crecimiento económico, así como en la generación de empleo, para lograr niveles más altos de renta, en una situación económica dada se requiere de personas emprendedoras que organicen y dirijan la combinación de factores productivos

orientados al cambio y al desarrollo. Los artesanos de la comuna Montañita tienen muchas de estas características, pero carecen de los conocimientos necesarios para promocionar sus productos en otros mercados.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador - 2008

El Artículo 33 de la Carta Magna establece que el trabajo es un derecho, un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.

El Estado garantiza el derecho a una vida digna y al trabajo en condiciones justas y equitativas con énfasis en la capacitación y la promoción de las habilidades de emprendimiento.

Los ciudadanos tienen derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria. Para la consecución del buen vivir, es un deber del Estado el impulso y el desarrollo de actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley. Así como la promoción e impulso de la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Entre los objetivos de la política económica se encuentra el incentivo de la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional; de la misma manera se puntualiza el impulso al pleno empleo y la valoración todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

En cuanto al trabajo y la producción, la Constitución de la República, reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional, estimulando una gestión participativa, transparente y eficiente. De igual forma se establece como competencia de los gobiernos regionales, provinciales y parroquiales el fomento de las actividades productivas.

2.4.2 Ley Orgánica de Libre Competencia Económica 2011

Esta ley expone que es deber del Estado promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos, para lo cual, deberá impulsar la libre competencia económica en forma consistente y sistemática, fomentará una cultura de leal y eficiente competencia, y coordinará la ejecución de planes para la difusión de tal cultura.

En cuanto a la posición de dominio: Es el poder de mercado que ejerce un determinado agente económico, de manera que actúe con independencia en relación a los demás agentes económicos, bien por ausencia de competidores, o por ejecución de actos que impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la libre competencia entre los agentes dedicados a una misma actividad.

2.4.3 Plan Nacional de Desarrollo 2009 - 2013

En el Plan Nacional de Desarrollo se expresa que se debe definir una política económica orientada al crecimiento con equidad, basada en la generación de empleo para impulsar la inclusión social y el desarrollo humano sostenible; el fomento de la productividad y de la inversión para todos/as, así como a una competitividad real que no se base en el deterioro de las condiciones sociales ni ambientales, sino en la incorporación del progreso tecnológico.

2.4.4 Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017

El proyecto de cambio en el Ecuador plantea nuevos retos, la presente investigación considera tres objetivos relacionados con la propuesta:

El objetivo 4, trata sobre el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de la

ciudadanía, el conocimiento se fortalece a lo largo de la vida, desde el nacimiento, con la cotidianidad y con la educación formal y no formal. El talento humano también se nutre de los saberes existentes, del vivir diario, de la indagación y de la retroalimentación constante de conocimientos.

Entre los lineamientos se establece la generación de espacios de encuentro, de intercambio de conocimientos y saberes y de aprendizaje intergeneracional en diversas áreas, para la realización personal; mejoramiento de la calidad de la educación en todos sus niveles y modalidades, para la generación de conocimiento y la formación integral de personas creativas, solidarias, responsables, críticas, participativas y productivas, bajo los principios de igualdad, equidad social y territorialidad.

El objetivo 8, hace referencia a la consolidación del sistema económico social y solidario, de forma sostenible, a través de la priorización de los recursos públicos bajo criterios de satisfacción de necesidades, generación de capacidades y oportunidades, y acumulación de capital en sectores productivos generadores de valor.

El objetivo 9, garantiza el trabajo digno en todas sus formas, reconociendo la supremacía del trabajo humano sobre el capital y estableciendo que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas. Este objetivo propone el impulso de las actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

Se abre, de este modo, una etapa de transición a un sistema regido por el “Buen Vivir”, que supere las injusticias y desigualdades e impulse una economía endógena orientada al desarrollo para todas y todos los ecuatorianos, de todas las regiones, sectores, pueblos y colectividades.

2.4.5 Plan Preliminar de Desarrollo de la provincia de Santa Elena 2008

Este plan aparece por la necesidad de una herramienta o guía que facilite la planificación y la coordinación de acciones que posibiliten el desarrollo productivo de la

provincia de Santa Elena, para su elaboración se tomó en consideración los Planes de Desarrollo Estratégico de los tres cantones que la conforman.

Su misión consiste en promover el desarrollo humano, en un marco de equidad de género, con énfasis en lo social, económico, cultural, turístico, tecnológico y científico, preservando el medio ambiente; se priorizan las necesidades que agobian a los pobladores y a los sectores productivos en concordancia con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

El programa N° 4 hace referencia a la potenciación de las microempresas y competitividad de los servicios, en el primer proyecto de fomento a las microempresas familiares, comunidad y asociatividad para la producción de los bienes y/o ventas de servicios.

2.4.6 Ley de Defensa del Artesano 1953

Esta Ley está al servicio de los artesanos de cualquiera de las ramas artesanales, haciendo valer sus derechos por sí mismos o por medio de las agrupaciones gremiales o asociaciones. Entre los deberes y atribuciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano se encuentran:

- Implementar las acciones necesarias para que las entidades financieras públicas y privadas del país, establezcan líneas de crédito para el fomento y desarrollo de la actividad artesanal.
- Crear un banco de crédito artesanal.
- Organizar y mantener, bajo la supervisión de los Ministerios respectivos, establecimientos de enseñanza artesanal, así como establecer convenios con las universidades y escuelas politécnicas y demás organismos nacionales e internacionales para la realización de cursos especializados en las diversas ramas artesanales y de administración de sus talleres.
- Prestar toda clase de ayuda y estímulo a las organizaciones clasistas de artesanos y supervisar especialmente lo relacionado al cumplimiento del límite de inversión

asignado por esta Ley para el taller artesanal.

El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y otros adicionales, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos; la importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo; la exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal; la concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos el Directorio del Banco Central del Ecuador dictará la regulación correspondiente; la compra de artículos de artesanía para las instituciones oficiales y otros organismos públicos; y demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal.

2.4.7 Junta Nacional de Defensa del Artesano

La Junta Nacional de Defensa del Artesano tiene la misión de liderar el fortalecimiento, profesionalización y desarrollo de todo el sector artesanal que produce bienes y servicios, mediante el impulso de una política pública, la formación, la investigación y la prestación de servicios a los artesanos y artesanas.

En cuanto a la capacitación tiene como compromiso la formación profesional para la vida y el trabajo, coherencia entre el pensar, el decir, el actuar y disciplina, dedicación y lealtad. La Unidad de Capacitación de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, es de conocimiento para todos los artesanos ecuatorianos, que día a día viene innovando permanentemente en sus estrategias y metodologías de aprendizaje, de acuerdo con las tendencias y cambios tecnológicos y las necesidades del sector artesanal, impactando positivamente en la productividad, competitividad, equidad y el desarrollo del país.

La Junta Nacional de Defensa del Artesano es la organización encargada de la titulación y calificación artesanal a nivel nacional, garantizando los derechos profesionales y socioeconómicos de los artesanos. La titulación artesanal otorga los siguientes beneficios y servicios: Asesoría legal, asesoría en el diseño de proyectos productivos, oferta de

capacitación integral técnica y humanística, y exime a los artesanos de ser agente de retención. Además los exonera en la importación de materia prima, de los impuestos que gravan la exportación de productos artesanales, del pago de impuestos, derechos, servicios y otros tributos instaurados para la obtención de la patente municipal y el permiso de funcionamiento.

2.4.8 Ley de Fomento Artesanal 1996

Es un instrumento de fomento y desarrollo que ampara a los artesanos de forma individual o a través de las agrupaciones, colectividades, gremios o asociaciones que se hayan conformado.

Los beneficios de esta ley se mencionan en el Artículo N° 9:

1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales.
2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaron, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca.
3. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.
4. Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro.
5. Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y

almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.

6. Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.
7. Aprovechamiento del régimen de depreciación acelerada de la maquinaria y equipos auxiliares.
8. Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país.
9. Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos, reformas de estatutos, elevación de capital de asociaciones, gremios, cooperativas, uniones de artesanos u otras personas jurídicas reconocidas legalmente, conforme lo determina la presente Ley.
10. Para la determinación del ingreso gravable, con el impuesto sobre la renta, las personas naturales o jurídicas acogidas al régimen de esta Ley, podrán deducir el sesenta por ciento de las cantidades reinvertidas o de las nuevas inversiones, financiadas mediante crédito o aporte al nuevo capital, destinadas a la adquisición de maquinarias, equipos y herramientas nuevas. Este beneficio será concedido únicamente hasta por un período de diez años, contados desde la vigencia del Acuerdo Interministerial de otorgamiento de beneficios.
11. Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley de Fomento Artesanal percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos y fletes y lo que representan los nuevos mercados, hasta el 10 % de los porcentajes que se establecieron legalmente.
12. Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas

para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento.

2.4.9 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria - 2011

Se reconoce a las Unidades Económicas Populares como aquellas que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad.²³

Dentro de las formas de organización reconocidas por la Ley de economía Popular y Solidaria están:

“Las Unidades Socioeconómicas Populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros, dedicados a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para su auto subsistencia; las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como: microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo”.²⁴

La misión del Instituto Nacional de la Economía Popular y Solidaria, consiste en impulsar el desarrollo, fortalecimiento y consolidación de la economía popular y solidaria, dentro de sus funciones se establece la ejecución de actividades de promoción y fomento por parte de organismos privados de apoyo a las Unidades Socioeconómicas Populares y los Sectores de la Economía Popular y Solidaria.

La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), está en la

²³ Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria – 2011. Art. 73

²⁴ Ministerio de Inclusión Económica y Social. Ley de Economía Popular y Solidaria. Formas de Organización.

obligación de implementar planes y programas, que promuevan, capaciten y brinden asistencia técnica y asesoría en producción exportable, a las organizaciones del sector de la economía popular y solidaria.

2.4.10 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva a través del fomento de:

a. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código;

e. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo.

2.5 MARCO CONCEPTUAL

Para entender mejor el propósito de la presente investigación, resulta necesario conceptualizar a todos los elementos que participan en el proceso, a fin de interpretar los

resultados alcanzados y emitir interpretaciones válidas, coherentes, vinculadas y de fácil comprensión.

Actividad Productiva, proceso a través del cual la actividad humana transforma materias en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, comprende las actividades comerciales y otras que produzcan valor agregado.

Artesanía, todo tipo de producto elaborado en pequeños talleres con baja división social del trabajo y con el empleo de la energía humana, física y mental, con la ayuda de herramientas y máquinas sencillas.

Artesanía utilitaria, ejercida de manera individual o asociativa, cooperativas, gremios o agrupaciones artesanales, que transforman la materia prima, para elaborar bienes de uso o consumo, en los que domina la actividad manual sobre la mecanizada.

Artesano Autónomo, individuo que desarrolla su oficio con o sin inversión alguna en herramientas de trabajo. Persona que ejerce una actividad productiva de la que deriva principalmente su sustento, en la que aplica un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual, conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción vinculado a su contexto cultural, geográfico y social.

Artesano maestro de taller, es la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público.

Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que constituyan unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

Cadena de Valor Agregado, describe la generación de un bien o de un servicio desde la materia prima, pasando por las fases de diseño, transformación, producción, mercadotécnica hasta la entrega del producto final.

Cadena de valor del sector de artesanías, forma de organización del sector artesanal que integra los eslabones de proveeduría de materias primas, diseño, producción, comercialización y venta de los productos artesanales. Su objetivo es incrementar la productividad y mejorar la competitividad del sector artesanal, generando condiciones que permitan aumentar la participación del sector en la estructura económica nacional y en las exportaciones.

Cadena Productiva, es el Conjunto de los actores de una actividad productiva, que interactúan para hacer posible la producción, transformación y comercialización de bienes.

Calidad, aquellas características del producto que responden a las necesidades del cliente.

Canales de distribución, grupo de intermediarios relacionados que facilitan el intercambio comercial de los productos y servicios entre fabricantes y consumidores.

Competencias genéricas, describen los comportamientos asociados con desempeños comunes a diversas ocupaciones y ramas de actividad productiva, como son la capacidad de trabajar en equipo, de planear, programar, negociar y entrenar, que son comunes a una gran cantidad de ocupaciones.

Competitividad Empresarial, capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas competitivas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan, estableciéndose como las mejores en sus rubros.

Competitividad, Conjunto de Habilidades y Capacidades para competir. Se entiende como la capacidad de una organización de mantener ventajas comparativas para desempeñarse satisfactoriamente en el entorno socioeconómico en el que desarrolla sus actividades.

Concha spondylus, es un molusco que se caracteriza por su fuerte concha, sus espinas externas y su coloración que va desde el blanco hasta el color morado, en la época prehispánica se utilizaba como elemento para el intercambio comercial.

Creatividad, generación de una idea nueva, es la capacidad creativa de una persona para ver nuevas posibilidades y a partir de ello originar una idea, concepto, noción o esquema para mejorar su situación actual.

Economía de Escala, disminución de costos producida por el aumento del volumen. A mayor cantidad de unidades producidas, menor costo por unidad.

Eficiencia, capacidad para reducir al mínimo los recursos usados para alcanzar los objetivos de la organización.

Emprendedor, es la persona que crea o inicia un negocio por su propia iniciativa; aquel que desarrolla un proyecto con esfuerzo y persistencia, aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado hasta cumplir su objetivo.

Estrategia, esquema que contiene la determinación de los objetivos o propósitos de largo plazo de la empresa y los cursos de acción a seguir.

Estrategia competitiva, tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa.

Estrategia corporativa, es la manera en que una empresa crea valor a través de la configuración y coordinación de diferentes negocios y actividades en el Mercado; tiene como objetivo la construcción de ventajas corporativas que logren la satisfacción de las expectativas de los propietarios y otros interesados.

Estrategia empresarial, es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia. La estrategia articula todas las potencialidades de la empresa, de forma que la acción coordinada y complementaria de todos sus componentes contribuya al logro de objetivos definidos y alcanzables.

Habilidad, destreza, talento, capacidad y precisión necesaria para ejecutar las tareas propias de una ocupación, de acuerdo con el grado de exactitud requerido.

Macramé, empleo de nudos trenzados y decorativos para la elaboración de artesanías como carteras, pulseras, hamacas, entre otros. Para la elaboración se utiliza hilo, lino, yute, seda u otras fibras naturales.

Oficios artesanales, conjunto operativo de factores que conforman ramas especializadas del hacer y el saber productivos que transforman la materia prima mediante la aplicación de procedimientos, técnicas e instrumentos específicos que permiten la obtención de productos artesanales.

Productividad, Medida del rendimiento que influye la eficacia y la eficiencia por medio del control de las Salidas sobre Entradas.

Productos Sustitutos, un bien que se puede usar en lugar de otro porque satisface la misma necesidad.

Proveedor, persona natural o jurídica que ofrece los bienes y/o servicios que requiere el artesano.

Tagua, es una semilla de palma que crece en los bosques húmedos tropicales, se la conoce como marfil vegetal o nuez de marfil. Se emplea en la fabricación de botones y en la elaboración de artesanías.

Taller artesanal, lugar donde el artesano tiene instalados sus instrumentos de trabajo, incluyendo maquinaria sencilla, cuyo funcionamiento es producto del esfuerzo humano, el cual deberá tener las condiciones adecuadas en beneficio de los trabajadores.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En la adquisición del conocimiento es necesario seguir un procedimiento riguroso formulado de manera sistemática y lógica para alcanzar los objetivos previstos. A fin de orientar la investigación y darle validez al desarrollo del estudio, se requirió de métodos que establecieron el conjunto de procedimientos para dar una respuesta concreta a la situación del sector artesanal de la comuna Montañita.

La metodología aplicada en la investigación, comprende varios procesos: el planteamiento de la estrategia, los principios teóricos, la fundamentación conceptual, la delimitación de los parámetros de la investigación y la selección de las técnicas de recolección aplicadas; así como el procedimiento, procesamiento y análisis de los datos recolectados. La metodología implementa los medios para la aplicación de una estrategia que fortalezca la competitividad en el sector artesanal de la comuna Montañita, a través de métodos, técnicas e instrumentos que faciliten la obtención de información relevante para la sustentación de la propuesta.

3.1.1 Método de Observación

La observación investigativa, se sustenta en visitas realizadas a la comuna Montañita para percibir de manera directa la realidad de los artesanos. Facilitó el diagnóstico del problema, y fue de mucha ayuda en todo el proceso investigativo; al final permitió pronosticar las tendencias de la aplicación de la propuesta.

3.1.2 Método Inductivo

El método inductivo permitió analizar los hechos y acontecimientos de carácter particular, que ocurren en la comuna Montañita respecto a la situación planteada, los mismos que aportaron al establecimiento de generalizaciones, que sirvieron como referentes para el bosquejo de soluciones que mejoren el entorno comercial del sector artesanal.

La aplicación de esta metodología, permitió analizar el conjunto de hechos que tienen que ver con la problemática existente a fin de descubrir sus relaciones y analogías, determinándose: la ausencia de herramientas para negociar y comercializar las artesanías, carencia de capacitación, competencia desleal por parte de los mochileros extranjeros, lugares de trabajo inadecuados y falta de capital.

El razonamiento inductivo, facilitó la emisión de conclusiones generales a partir de las proposiciones de trabajo. La investigación cualitativa se aplicó para identificar la naturaleza profunda de la realidad observada, su sistema de relaciones y su estructura dinámica.

3.1.3 Método Deductivo

La aplicación de este método permitió observar la situación planteada, desde una óptica más amplia; partiendo del análisis de modelos, teorías, hechos generales, premisas encontradas y aceptadas como válidas, se particularizó para fundamentar la propuesta y determinar los impactos y recomendaciones de la aplicación de estrategias orientadas a fortalecer la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita.

El razonamiento lógico facilitó el diagnóstico que sirvió de base para establecer los lineamientos que conduzcan a la elaboración de estrategias viables para mejorar la situación del sector artesanal en la localidad.

3.1.4 Método Analítico

El método analítico, determinó las causas, naturaleza y efectos ocasionados por la situación que atraviesa el sector artesanal de la comuna Montañita y facilitó la emisión de un análisis más profundo del objeto de estudio, originando la exposición de alternativas de solución que conlleven a una propuesta viable.

El estudio independiente y ordenado de los elementos que conforman el entorno comercial del sector artesanal en la comuna, expuso las relaciones existentes entre los mismos, permitiendo explicar su comportamiento, hacer analogías, comprender y establecer criterios válidos para fundamentar una estrategia que se adapte a las necesidades de los artesanos, esto constituye el análisis de las diferentes circunstancias que establecen la

urgencia de acciones que fortalezcan la competitividad de los artesanos.

3.1.5 Método histórico lógico

El método histórico lógico complementa la investigación facilitando la recopilación de datos relevantes a la evolución del desarrollo del sector artesanal en la comunidad, así como la evolución de la producción y comercialización de las artesanías en la zona y en la región; su aplicación facilita el conocimiento de la cronología de los eventos, problemas y fenómenos que caracterizan la situación actual del sector artesanal en la comuna Montañita.

3.1.6 Diseño de la investigación

La investigación se inició con la ejecución de acciones orientadas al logro de datos relevantes para fundamentar la propuesta, de manera que brinde el soporte necesario al trabajo emprendido; los criterios y juicios alcanzados en el proceso facilitaron la comprensión del marco teórico.

El proceso investigativo se estructuró en una serie de pasos que dieron lugar a la consecución de información que posibilitó la construcción de un conjunto de juicios de valor para sustentar la propuesta de una estrategia orientada al fortalecimiento de la competitividad del sector artesanal en la comuna Montañita del cantón Santa Elena, que proporcione beneficios a la comercialización de las artesanías producidas en la zona.

La metodología **cuantitativa** facilitó el análisis de los datos numéricos, para lo cual se empleó herramientas estadísticas, y utilitarios básicos como el Microsoft Excel, programa muy utilizado en la elaboración de tablas y gráficos para el análisis de los datos.

La investigación es **deductiva** y de naturaleza **descriptiva** y **analítica**, puesto que, se identifican los elementos intervinientes en el proceso y se analizaron sus relaciones para predecir el comportamiento de las variables a través del uso de los instrumentos de investigación.

Se respalda la metodología **cualitativa** porque se puntualiza las cualidades del objeto de estudio, tomando en consideración las opiniones y expectativas de los involucrados dando

a conocer los hechos y estructuras que conforman el sector artesanal a través de conceptualizaciones que se incorporan a su realidad.

La esencia de la investigación es también inductiva y participativa porque propone cambios para mejorar las condiciones y la situación del sector artesanal en la comuna Montañita.

Una vez definidos los objetivos, hipótesis y variables de investigación, el trabajo se fraccionó en cuatro etapas; la primera corresponde a la fase teórica o bibliográfica, en donde se revisaron conceptos y definiciones relacionados con la situación planteada, a fin de lograr una mejor comprensión de la realidad existente; la segunda etapa, corresponde al diseño de la metodología de investigación, así como la definición y empleo de las técnicas y herramientas para la recolección de datos. En la tercera fase, se procedió al tratamiento de los datos obtenidos para emitir criterios y conclusiones válidas que sustenten la propuesta; finalmente, en la fase cuatro, se fundamentó la propuesta.

3.1.7 Modalidad de la investigación

Para la investigación planteada se emplearon varias modalidades; **Documental**, porque se basó en conocimientos reales y fundamentados, obtenidos mediante la recopilación, selección organizada y análisis metódico de las fuentes de investigación bibliográfica, prevaleciendo la interpretación de las conceptualizaciones de los autores investigados para ampliar y profundizar el conocimiento del tema.

En la actualidad se utiliza mucho la **E-investigación bibliográfica**, es decir, la investigación de la literatura electrónica disponible en la Web, recurso que fue de gran relevancia para el trabajo propuesto. La revolución y masificación de la información a través de la web permitió localizar información de mucho interés en formato digital, convirtiéndose en un fundamental apoyo para la investigación realizada, proporcionando datos actualizados que se encontraron en bibliotecas virtuales, libros electrónicos, blogs, hipervínculos y revistas profesionales electrónicas; entre los más importantes se citan los informes anuales sobre el análisis del sector artesanías de los años 2012 y 2013 que elabora la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR).

La modalidad de **campo**, a través de las visitas realizadas a la comuna en mención y otras dedicadas a la elaboración y comercialización de artesanías, como Dos Mangas, San Antonio y Valdivia, permitieron relacionarse con los artesanos, obteniéndose información a través de encuestas y entrevistas, este tipo de investigación guarda una estrecha relación con la investigación documental, por lo que, se evitó la duplicación de la información.

Se considera como un **proyecto factible** por las siguientes razones: el diagnóstico que se sustenta en la investigación de campo; la necesidad de mejorar la calidad de vida de los artesanos; por fortalecer el desarrollo económico de la localidad; y porque la propuesta se fundamenta en el marco teórico y conceptual que establece un modelo viable que brinda recomendaciones y soluciones para la implementación de una estrategia que fortalezca la competitividad en el sector artesanal en la comuna.

Es una **investigación aplicada**, porque busca solucionar un problema existente en la comuna Montañita de la parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena. La propuesta es una solución innovadora orientada al desarrollo del sector artesanal a través de estrategias que brinden mejores oportunidades en cuanto a la comercialización y mejoramiento de la calidad de los productos elaborados.

La investigación se enmarca dentro del esquema de guías, modelos, productos y prototipos que abarca la **investigación descriptiva**, a través de la cual se establecen criterios para la selección de las partes fundamentales del objeto de estudio y la descripción del contexto en el que se presenta la problemática existente, así como las relaciones entre las variables intervinientes.

Este tipo de investigación genera conocimientos, métodos y procedimientos sobre el sector productivo artesanal, resaltando la posibilidad de poner en práctica las teorías analizadas y la propuesta de solución a la situación planteada en ésta y en otras localidades de la provincia.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

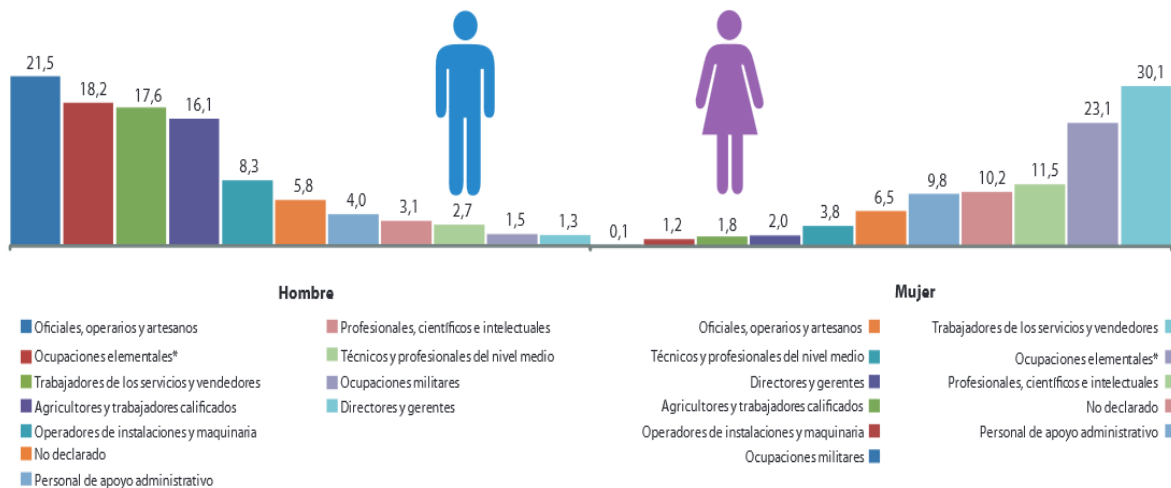
Uno de los aspectos más importantes de la investigación, fue la determinación y definición de la población y la muestra, se definieron a los informantes calificados.

3.2.1 Población

El 28% de la población de la provincia de Santa Elena se dedican a actividades de oficiales, operarios y artesanos, lamentablemente la información que proporciona el INEC sólo se encuentra estructurada por provincias, cantones y parroquias; por lo cual, los datos empleados para la investigación fueron proporcionados por la dirigencia comunal y la Asociación de Artesanos “3 de Agosto” que agrupa a cerca de 48 miembros.

Montañita es un balneario ubicado en las costas ecuatorianas, forma parte de la parroquia Manglaralto en la provincia de Santa Elena, de acuerdo al Censo Poblacional y de Vivienda del 2010 y en base a la tasa de crecimiento poblacional que es del 2.1% la población actual aproximada de la comuna es de 1697 habitantes, sin embargo, los datos proporcionados por el cabildo indican que son aproximadamente 3560 habitantes, entre residentes (aquellos que tienen domicilio en el lugar pero que no pasan todo el tiempo), comuneros y sus familias, éstos últimos viven del turismo, la pesca y la artesanía.

Figura N° 3 En qué trabajan los habitantes de la provincia de Santa Elena



Fuente: Resultados del Censo de Población y Vivienda 2010. Fascículo Santa Elena

Elaboración: INEC

Como población accesible o válida para la investigación se ha considerado a los artesanos de la comuna Montañita dedicados a la elaboración y comercialización de artesanías, son aproximadamente 120 y están directamente involucrados en el sector; a los miembros del cabildo comunal, por su acercamiento a las necesidades de la comuna y el conocimiento de la problemática artesanal en la localidad y sus alrededores.

Cuadro N° 1 Población

Elementos	Cantidad
Artesanos	120
Miembros del cabildo comunal	5
Total	125

Fuente: Cabildo Comunal – Asociación de Artesanos “3 de Agosto”

Elaboración: Autores

3.2.2 Muestra

Con la finalidad de conocer el número de instrumentos a utilizarse en la investigación se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

En donde:

n	=	Muestra	=	?
N	=	Población	=	125
Z	=	Nivel de confianza	=	1.96
P	=	Posibilidad a favor	=	50% => 0.50
Q	=	Posibilidad en contra	=	50% => 0.50
e	=	Margen de error	=	5% => 0.05

Obteniéndose:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 125}{0.05^2 (125 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50} = \frac{120.05}{1.2704} = 94.497$$

Es decir, se aplicaron 94 instrumentos de recolección de datos.

Entre los individuos calificados para la presente investigación se aplicó 90 encuestas a los artesanos y 4 entrevistas a los miembros del cabildo.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La obtención de la información para fundamentar la investigación se realizó a través del empleo de técnicas e instrumentos que facilitaron la recopilación de datos confiables y válidos que permitieron responder a las interrogantes surgidas en el proceso y alcanzar los objetivos planteados.

Como fuentes de información primaria se considera a los actores involucrados que se mencionaron en el Cuadro N° 1 a quienes se aplicó las encuestas y entrevistas, así como la observación directa del contexto artesanal en la comunidad. Como fuentes secundarias se considera al material impreso consultado en el proceso de investigación, a la información obtenida en la red, textos relacionados, y revistas especializadas.

3.3.1 Técnicas de recolección de datos

3.3.1.1 Observación

Una de las primeras técnicas empleadas en el proceso de investigación fue la observación de las diferentes actividades que realizan los artesanos de la comuna Montañita, en lo referente a la producción y comercialización de las artesanías, los datos recopilados se seleccionaron, organizaron y concatenaron para dilucidar las dudas que se presentan en la realidad de la comuna y que tienen relación con la situación planteada.

La técnica de observación se realizó en los talleres donde los artesanos elaboran sus productos y en los lugares donde la comercializan, también se visitaron poblaciones cercanas como: Dos Mangas, Valdivia y San Antonio, comprobándose una gran similitud en los procesos. Esta técnica permitió dilucidar interrogantes de investigación tales como: ¿Los artesanos trabajan organizadamente o individualmente? ¿Quién elabora las artesanías? ¿Qué materiales utilizan? ¿Cuánto tiempo emplean? ¿En qué tiempo venden los productos? ¿Cómo es el ambiente de trabajo?

3.3.1.2 Entrevista

La entrevista fue pactada con el Presidente del cabildo local, Lcdo. Xavier

González y tres miembros de la Directiva, se realizó en las instalaciones de la Casa Comunal por considerarse el lugar más apropiado. Como autoridades del balneario expusieron su apreciación del desarrollo del sector artesanal desde sus inicios hasta la actualidad, ya que conocen la forma en que se han manejado los artesanos e incluso familiares dedicados a esta labor, lográndose información detallada de la situación de este sector económico de la comuna.

3.3.1.3 Encuesta

La aplicación de esta técnica a la muestra representativa del segmento de los artesanos facilitó la recolección de información por medio de preguntas escritas, organizadas en un cuestionario impreso que permitió obtener datos inherentes al problema investigado; principalmente, sobre la forma en que perciben la situación, sus opiniones sobre la participación de organismos estatales en el fortalecimiento de la competitividad artesanal y el impacto de cambio a través de una estrategia en el progreso y desarrollo de la comuna, así como las sugerencias y necesidades de los artesanos.

3.3.1 Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas empleadas tienen sus respectivos instrumentos que son: guía de observación, guion de entrevista y cuestionario, los mismos que facilitaron la recopilación de información sobre la temática planteada en el sector artesanal de la comuna Montañita.

Cuadro N° 2 Instrumentos de recolección de información

Técnicas	Instrumentos
Observación	Ficha de Observación
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Guía de Entrevista

Elaboración: Autores

El éxito de la aplicación de la encuesta tuvo como base el acercamiento y diálogo previo con los miembros de la Directiva del Gobierno Comunal quienes propusieron como fecha clave el día en que se realizó el cabildo ampliado con la presencia de la población, entre ellos los involucrados en el sector artesanal, quienes se dedican a la elaboración y

comercialización de artesanías típicas de la zona.

Los instrumentos se estructuraron para recopilar información referente a edad, género, estudios, capacitaciones, habilidades y destrezas. El interés por mejorar su actividad económica, cambiar la forma de producción, inconvenientes en la comercialización, la situación de sus talleres, herramientas que utilizan, el fortalecimiento de la competitividad, las expectativas de exportación de sus productos, entre otros aspectos orientados a fundamentar la propuesta.

3.3.2 Validación de los instrumentos

Los instrumentos de recolección deben cumplir con tres requisitos esenciales: validez, confiabilidad y objetividad. La estructura, concepción, elaboración y aplicación, deben medir lo que se propone la investigación, por lo que, resulta imprescindible la revisión del contenido, su relación con las variables de estudio y los objetivos que se quiere alcanzar.

Por consiguiente, una vez elaborados y revisados por los investigadores, el contenido de las preguntas de la encuesta fue entregado mediante oficio a prestigiosos docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ing. Jéssica Linzán Rodríguez, Msc., Docente de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial y encargada del Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento N° 39; el Econ. David Batallas González, Director de la Carrera de Administración Pública, poseedores de conocimientos y experiencia en esta temática, quienes luego de una minuciosa revisión avalaron el respectivo instrumento estadístico determinando su pertinencia para su respectiva aplicación.

3.4. RECURSOS: FUENTES, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

3.4.1 Fuentes para la recolección de datos

Cuadro N° 3 Fuentes de Información

Fuente	Herramienta de Investigación
Presidente del cabildo comunal	Entrevista
Artesanos	Encuesta

Elaboración: Autores

3.4.2 Aplicación de los instrumentos

La aplicación de los instrumentos de recolección de los datos estadísticos que sustentan la propuesta, se realizó el 10 de abril del 2014 en las instalaciones del cabildo comunal de Montañita.

3.4.3 Presupuesto

El presupuesto de gastos que se estima para la culminación exitosa de la presente investigación, se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4 Presupuesto de la investigación

RECURSOS	INSTITUCIONALES
	Comuna Montañita
	HUMANOS
	Investigadores (2)
	MATERIALES Y EQUIPOS
	Computadora, Impresora, Cámara, Grabadora, Resmas de papel, Lápices, Marcadores, Esferográficos, Copias, Anillados y Empastados.
ECONÓMICOS	
	\$ 1,650.00

RECURSOS HUMANOS

N°	Denominación	Tiempo	Costo Unitario	Total
2	Investigadores	6 meses	\$ 50.00	\$ 600.00
SUBTOTAL				\$ 600.00

RECURSOS MATERIALES

N°	Denominación	Tiempo	Costo Unitario	Total
1	Computadora	6 meses	\$ 570.00	\$ 570.00
1	Grabadora	6 meses	\$ 75.00	\$ 75.00
1	Cámara Fotográfica	6 meses	\$ 150.00	\$ 150.00
3	Resmas de papel	6 meses	\$ 4.00	\$ 12.00
4	Lápiz de papel	6 meses	\$ 0.25	\$ 1.00
2	Marcadores	6 meses	\$ 0.50	\$ 1.00
2	Esferográficos	6 meses	\$ 0.50	\$ 1.00
4	Copias	6 meses	\$ 10.00	\$ 40.00
1	Empastados y Anillados		\$ 80.00	\$ 80.00
SUBTOTAL				\$ 930.00

OTROS

N°	Denominación	Tiempo	Costo Unitario	Total
1	Movilización	6 meses	\$ 60.00	\$ 60.00
1	Comunicación	6 meses	\$ 60.00	\$ 60.00
SUBTOTAL				\$ 120.00

TOTAL				\$ 1,650.00
--------------	--	--	--	--------------------

Elaboración: Autores

3.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN - PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

3.5.1 Procesamiento y análisis

Una vez recopilados los datos, se tabularon empleando el utilitario Microsoft Excel, que facilita la elaboración de tablas y gráficos estadísticos para el análisis práctico de los diferentes factores o elementos que intervienen en la investigación, proporcionando conclusiones confiables para afirmar una propuesta viable.

Para asegurar la consistencia de los datos recopilados y evitar errores en el proceso, se mantuvo una buena coordinación entre los artesanos y los investigadores, a fin de unificar criterios que conduzcan a una mejor calidad de los datos, la estructura que se siguió es la siguiente:

1. Organización de la Información.
2. Aplicación de herramientas estadísticas para la tabulación de los datos.
3. Elaboración de tablas y gráficos estadísticos.
4. Análisis de los datos y la información.
5. Interpretación de los resultados.
6. Elaboración de las conclusiones.
7. Planteamiento de las recomendaciones.
8. Formulación de la estrategia.
9. Preparación y redacción del informe final.

3.6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados se presentan en forma tabular y gráfica, a través de un instrumento que permite recolectar datos primarios como la edad, el género y la formación o nivel de educación de los encuestados, así como a indagar las necesidades de los involucrados y otros factores de interés como fundamento a la propuesta de implementar estrategias para mejorar la competitividad del sector artesanal en la comuna Montañita.

3.6.1 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

Información general de los artesanos encuestados

Tabla N° 1 Edad de los Encuestados

<i>Rango de Edad</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Entre 20 - 30 años	37	41%
Entre 31 - 40 años	41	46%
41 o más años	12	13%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

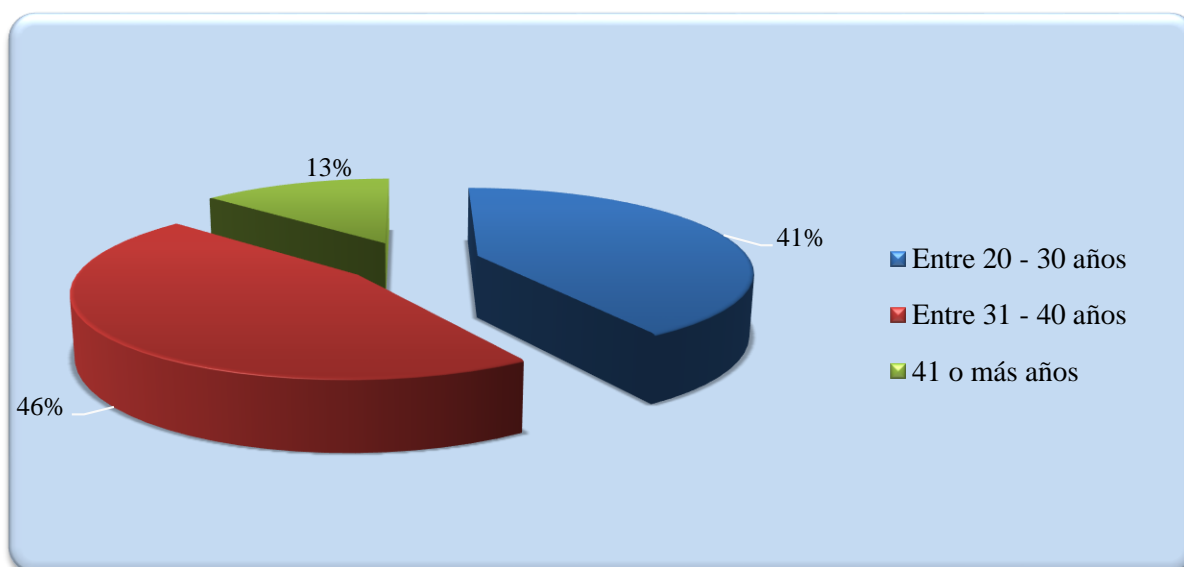


Figura N° 4 Edad

Para una mejor comprensión e interpretación de la edad de los artesanos, se determinó una clasificación de 3 intervalos comprendidos entre 20 – 30 años, otro entre 31 – 40 años y el que corresponde a mayores de 40 años. La Tabla N° 1 indica que entre el primero y segundo intervalo existe apenas una diferencia de 5 puntos porcentuales, destacándose que las personas entre 31 y 40 años son los que más se dedican a este tipo de trabajo informal. Es indispensable detallar que en el último año, previo a la realización de la encuesta, jóvenes que alcanzan la mayoría de edad se han incorporado a este trabajo sencillo pero digno como consecuencia de la falta de oportunidades de empleo en la zona; se constató un mínimo de tres personas próximas a llegar a los 50 años inmersos en este campo laboral.

Tabla N° 2 Género de los encuestados

<i>Género</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Masculino	77	86%
Femenino	13	14%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

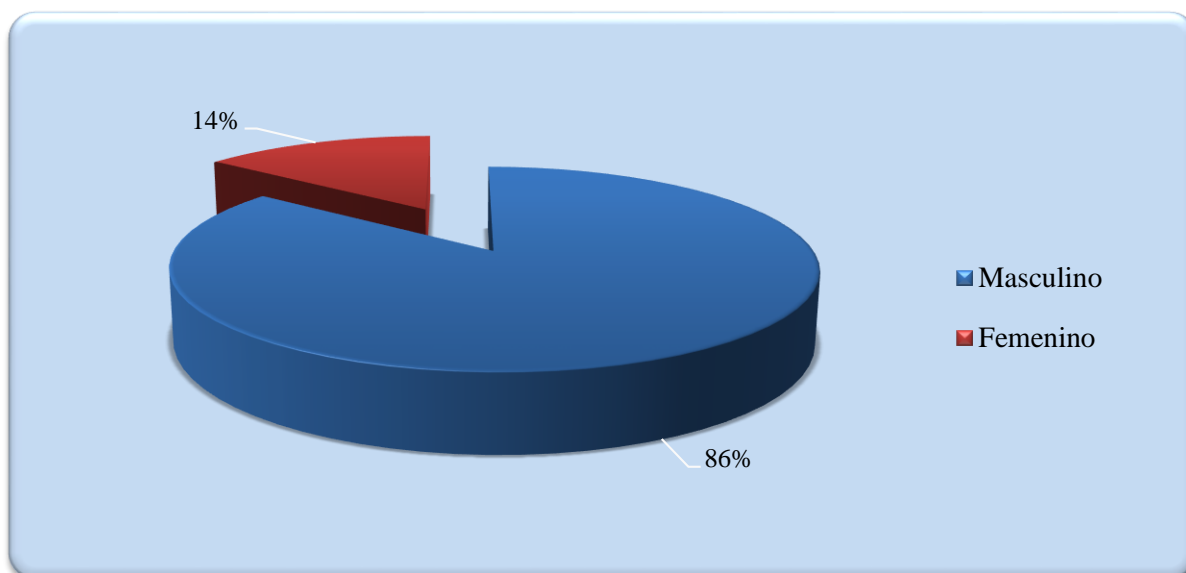


Figura N° 5 Género de los encuestados

Respecto al género de los encuestados, la Tabla N° 2 muestra que la población artesanal masculina con el 86% de la muestra representativa (77 hombres), es la que mantiene el predominio en el trabajo a mano, pues manejan con mayor habilidad las herramientas tales como el esmeril, taladro, alicate, grabador eléctrico y fresadora de mano; el género femenino representado por el 14% (13 mujeres), están involucradas en las actividades de terminado y comercialización de las artesanías, así como en la elaboración de artesanías en paja toquilla, tales como sombreros, carteras, salvamanteles, cestas, bolsos, en diferentes formas y tamaños; sin embargo, la dinámica y activa presencia femenina en este tipo de labor es limitada por las actividades propias del hogar, que les impiden darle más tiempo a la confección de productos artesanales utilitarios.

Tabla N° 3 Formación de los encuestados

<i>Nivel de educación</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Primaria	22	24%
Secundaria	62	69%
Superior	2	2%
Otros	4	5%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

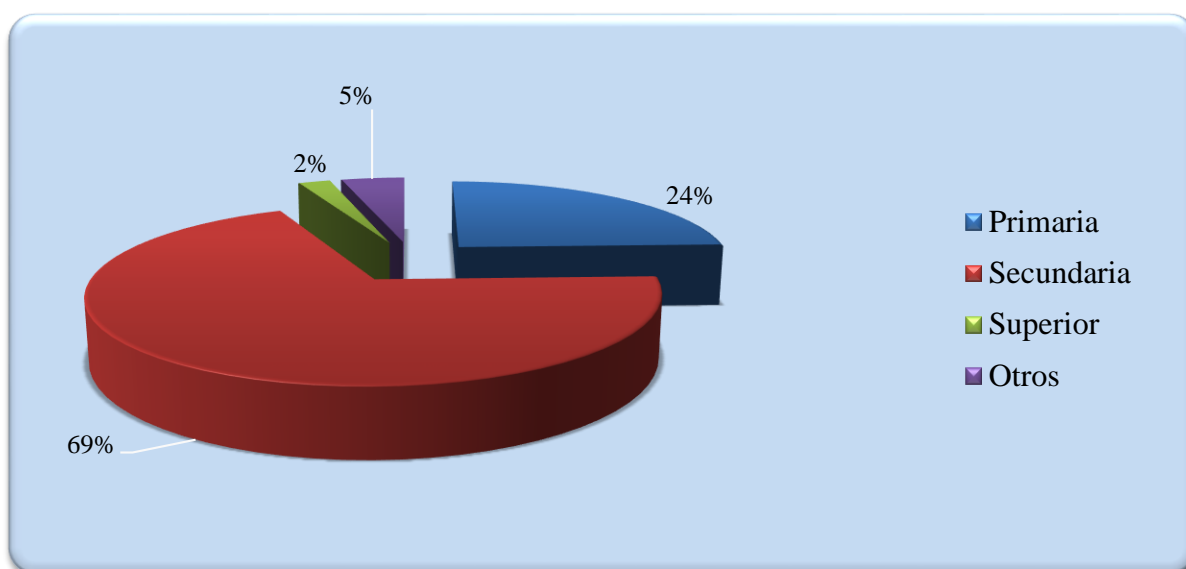


Figura N° 6 Formación académica de los encuestados

El 69% de los artesanos encuestados concluyeron la instrucción secundaria, se debe mencionar que entre estos se encuentran aquellos que cursan estudios técnicos o universitarios, nivel educativo que les permite el acceso al mercado laboral, sin embargo, optan por este tipo de trabajo informal debido a la facilidad de lograr ingresos diarios, la flexibilidad de los horarios, por no depender de un patrón o por la dificultad de lograr un trabajo justo. Lo mismo se justifica para los segmentos que representan el 2% y 5%, entre ellos profesionales que debido al escaso empleo en la zona se dedicaron a estas labores. Se justifica que el 24% de los artesanos adultos en su mayoría, sólo terminaron la instrucción primaria, esto se debe a que en épocas anteriores no había la facilidad de tener instituciones educativas cercanas a sus lugares de residencia.

Tabla N° 4 ¿Qué grado de importancia le da usted a sus conocimientos y habilidades en la generación de sus ingresos?

<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1	Muy importante	81	90%
	Poco importante	9	10%
	Sin importancia	0	0%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

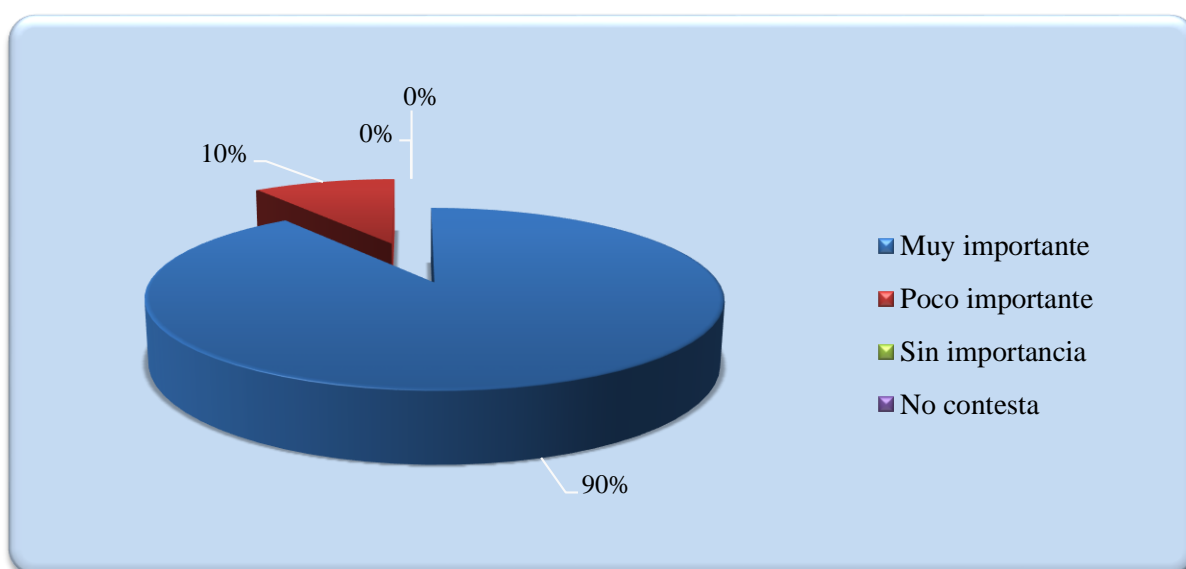


Figura N° 7 Generación de ingresos por actividades artesanales

Los conocimientos y habilidades de los artesanos de la comuna Montañita en relación con la elaboración de sus productos es el eje principal en la generación de sus ingresos, por ello el 90% los catalogó como muy importantes. Estos estipendios proporcionan solamente cubrir sus necesidades básicas, sin capacidad de ahorro que les permita ampliar y adquirir nuevas herramientas para darle valor agregado a sus artesanías e incrementar sus negocios. Un porcentaje relativamente bajo de los encuestados 10%, le da poca importancia a los ingresos que generan por la labor artesanal, tal vez por considerarlos como complemento de otra actividad comercial.

Tabla N° 5 ¿Qué tipo de herramientas requiere para complementar su taller artesanal y cambiar la forma de producción actual?

<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
2	Manuales	76	84%
	Eléctricas	14	16%
	Alta tecnología	0	0%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

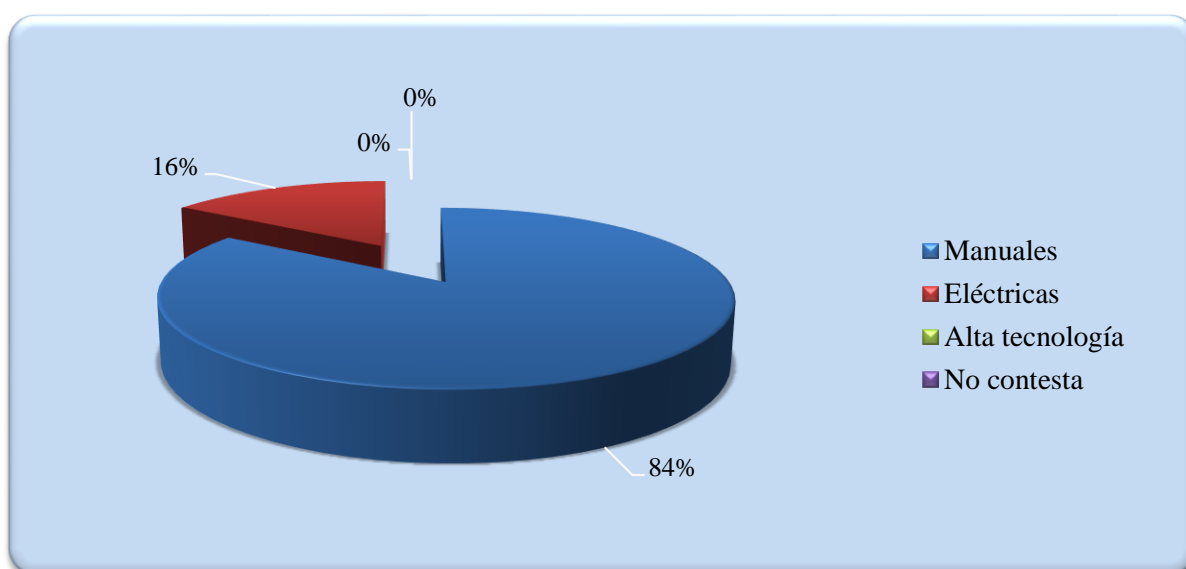


Figura N° 8 Herramientas para complementar la producción

La investigación demuestra que los actores involucrados orientan sus necesidades, en cuanto a herramientas se refiere, por aquellas de orden manual, puesto que les permite ofrecer originalidad en cada una de las artesanías que elaboran. Las herramientas eléctricas, como el esmeril, taladro, grabador eléctrico, fresadora de mano, facilitan su labor en los talleres para darles un mejor terminado a los productos. Se refirieron a los artefactos de alta tecnología como innecesarios en esta tipo de trabajo, pues su empleo en la elaboración de artesanías les resta su calidad de artesanal y no satisface las necesidades de los clientes y turistas que visitan la comuna.

Tabla N° 6 La competencia extranjera, respecto a la venta artesanías, ¿les ha ocasionado efectos negativos en la comercialización de sus productos?

<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
3	Si	16	18%
	No	74	82%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

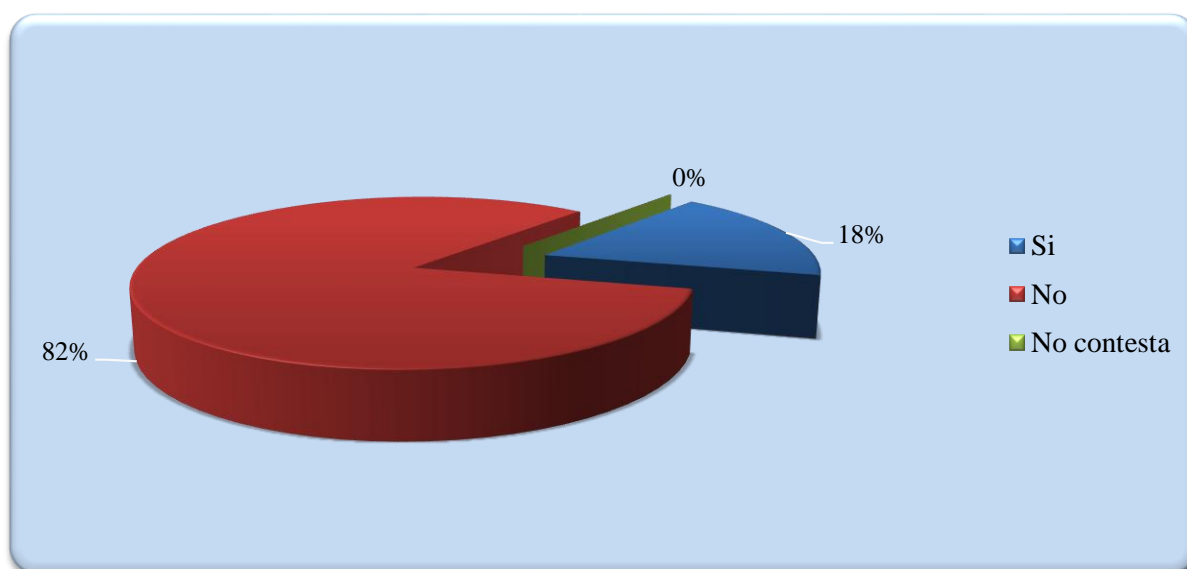


Figura N° 9 Competencia extranjera

Para la mayoría de los encuestados, representados por el 82% de la muestra escogida, la competencia extranjera no es considerada como una amenaza significativa en la comercialización y venta de sus artesanías, puesto que las características de los productos que expenden los visitantes extranjeros no se comparan con la calidad de las artesanías locales. A pesar de lo anterior, existe un grupo minoritario 18%, que expresan su descontento por la presencia de turistas extranjeros que ingresaron al país en calidad de turistas, sin embargo, se dedican al comercio en la localidad, manifestando que es una situación que debe ser controlada por las autoridades respectivas.

Tabla N° 7 ¿Cómo valoraría usted la implementación de acciones concernientes fortalecer el sector artesanal de la comuna Montañita?

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
4	Muy valioso	82	91%
	Poco valioso	8	9%
	Intrascendente	0	0%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

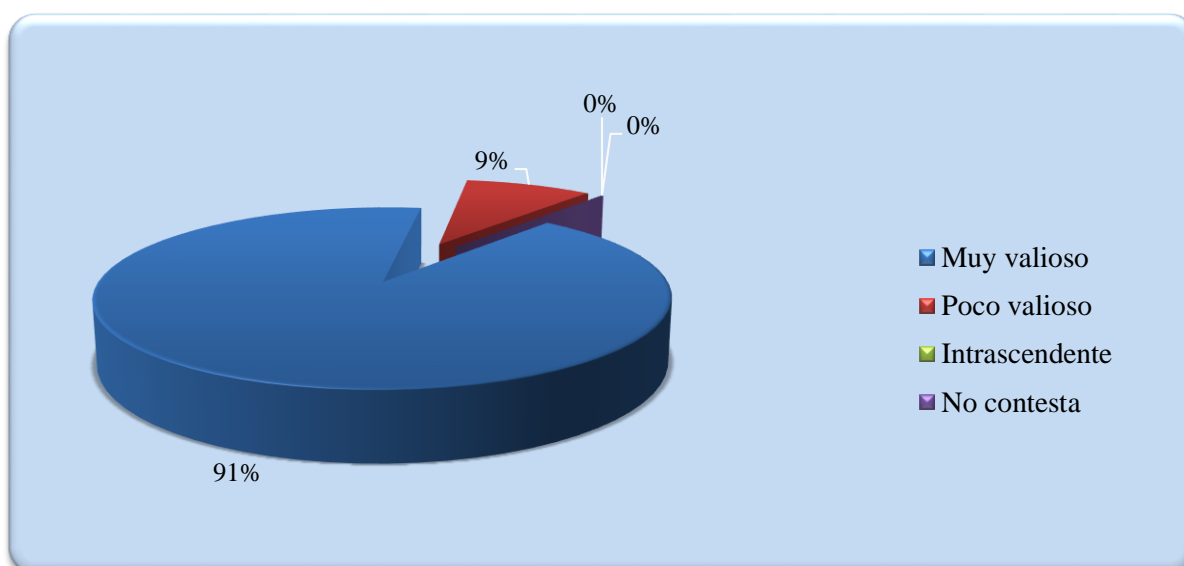


Figura N° 10 Valoración de acciones concernientes a fortalecer el sector artesanal

Mayor representatividad, 91% (82 personas) considera que la implementación de acciones orientadas al fortalecimiento del sector artesanal es muy valioso y ventajoso, ya que abriría un abanico de oportunidades comerciales, la producción se vería beneficiada, se obtendría mejores ingresos e impulsaría el sector artesanal de la comuna. Para el 9% (8 artesanos), existen dudas respecto a la ejecución de actividades o intervenciones en el sector, debido a que primero se requiere de preparación y capacitación de los involucrados. Sin embargo, en ambos casos los involucrados estiman conveniente que es necesaria una mayor promoción del sector para mejorar sus ventas.

Tabla N° 8 ¿Cree usted que el sector artesanal de la comuna Montañita tiene oportunidades comerciales en mercados extranjeros?

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
5	Si	87	97%
	No	0	0%
	No contesta	3	3%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

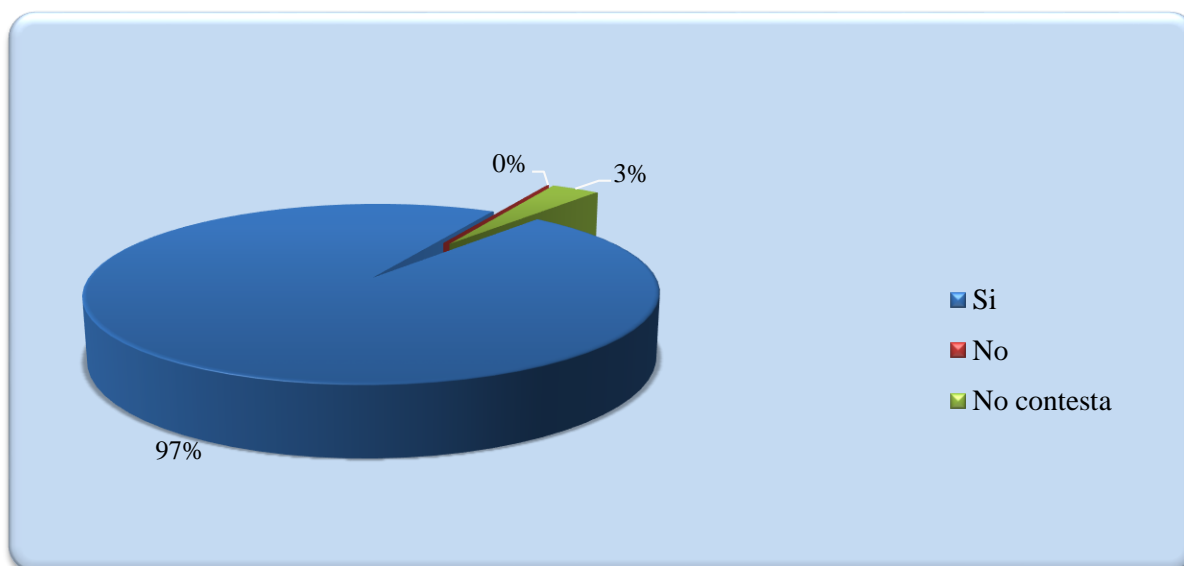


Figura N° 11 Expectativas de las oportunidades comerciales

Las expectativas que tienen los encuestados sobre las oportunidades comerciales del sector artesanal de la comuna Montañita en los mercados extranjeros, están definidas en un 97% por la afirmación, pues manifiestan que las artesanías locales elaboradas a mano con apoyo de herramientas eléctricas tienen gran aceptación en el exterior, principalmente aquellas que se fabrican con tagua, paja toquilla y madera que son las de mayor demanda. Por otro lado, el 3%, tienen dudas al respecto y se abstuvieron de dar una respuesta a la pregunta, al indagarlos, expusieron que hace falta apoyo y gestión, tanto de las organizaciones públicas y de los artesanos del lugar para que sus productos puedan comercializarse en el exterior.

Tabla N° 9 ¿Es necesaria una mayor promoción de los productos artesanales elaborados en la comuna?

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
6	Muy necesario	90	100%
	Poco necesario	0	0%
	Innecesario	0	0%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

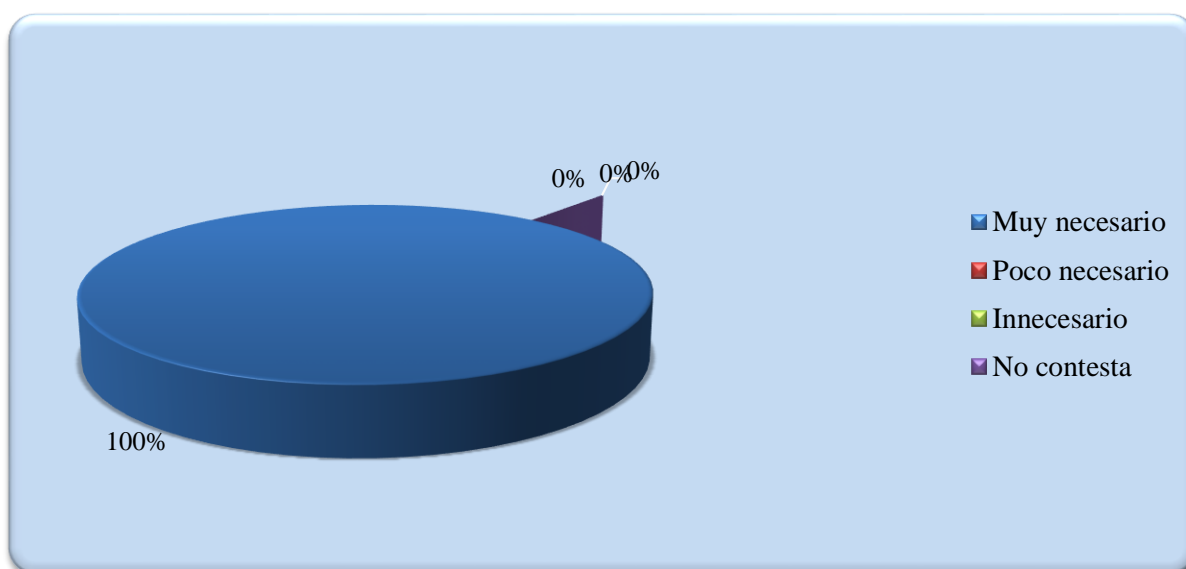


Figura N° 12 Promoción del sector artesanal

La necesidad de una mayor promoción de los productos elaborados en la comuna Montañita, tuvo la completa aceptación de los artesanos encuestados (100%), quienes consideran que a pesar de que el balneario Montañita es reconocido por sus paradisíacos paisajes y famoso por los campeonatos internacionales de surf, el sector artesanal requiere una difusión más agresiva que les abra las puertas hacia nuevos nichos de mercado. La capacitación en marketing y comercio internacional se convierten en los pilares principales para fortalecer la promoción del sector, responsabilidad que puede ser asumida por organizaciones estatales asentadas en la provincia complementadas por las gestiones que realicen las autoridades seccionales y comunales.

Tabla N° 10 ¿Qué grado de aceptación tienen sus productos en el exterior?

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
7	Alto	87	97%
	Medio	3	3%
	Bajo	0	0%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

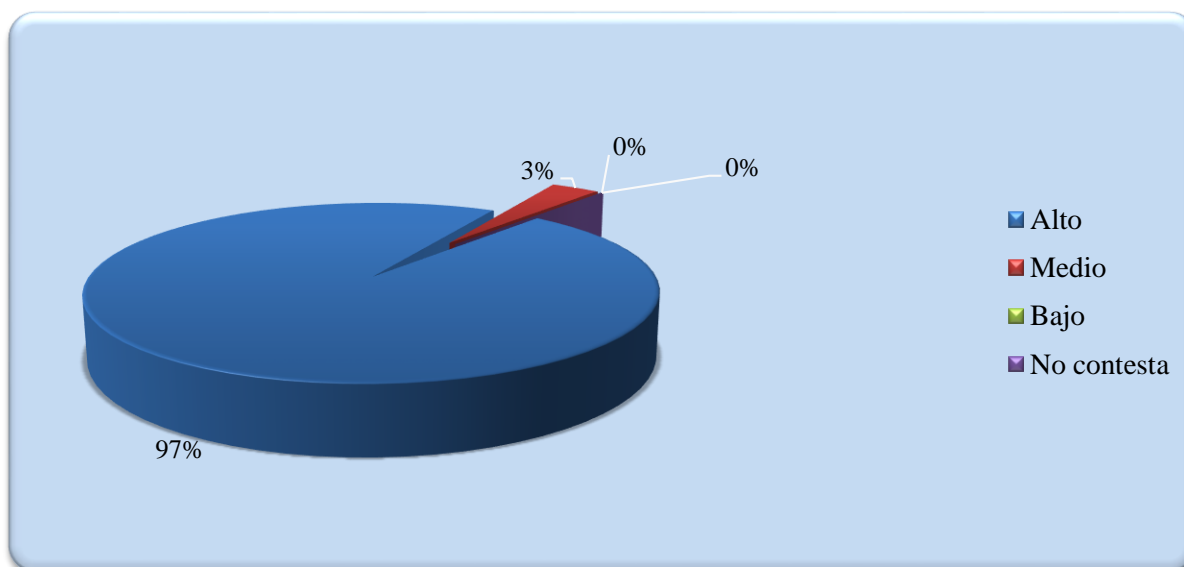


Figura N° 13 Grado de aceptación de las artesanías en el exterior

El 97% de los artesanos encuestados en la comuna Montañita, están conscientes de que sus artesanías tienen un alto grado de reconocimiento y aceptación en varias partes del mundo, principalmente, por que los visitantes extranjeros son los encargados de llevar hacia sus países de origen las artesanías que adquieren en la localidad. También conocen que las artesanías ecuatorianas elaboradas con tagua y paja toquilla tienen definido un mercado extranjero, sin embargo, no realizan una comercialización directa, sino a través de intermediarios como PRO PUEBLO, dedicada a la exportación de productos artesanales de calidad y que constantemente promueve una mayor aceptación de los productos elaborados en la zona costera, esta situación podría cambiar si aprovecharan las herramientas que ofrece el gobierno a través de programas como Exporta Fácil, Pro Ecuador, Ferias Inversas y Producepyme.

Tabla N° 11 ¿Cómo calificaría usted el apoyo público o privado hacia el sector artesanal de la comuna Montañita?

¿Cómo calificaría usted el apoyo público o privado hacia el sector artesanal de la comuna Montañita?					
Ítem	Valoración	Frecuencia		Porcentaje	
		Público	Privado	Público	Privado
8	Excelente	0	0	0	0%
	Bueno	21	6	48%	13%
	Malo	18	40	41%	87%
	No contesta	5	0	11%	0%
	TOTAL	44	46	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

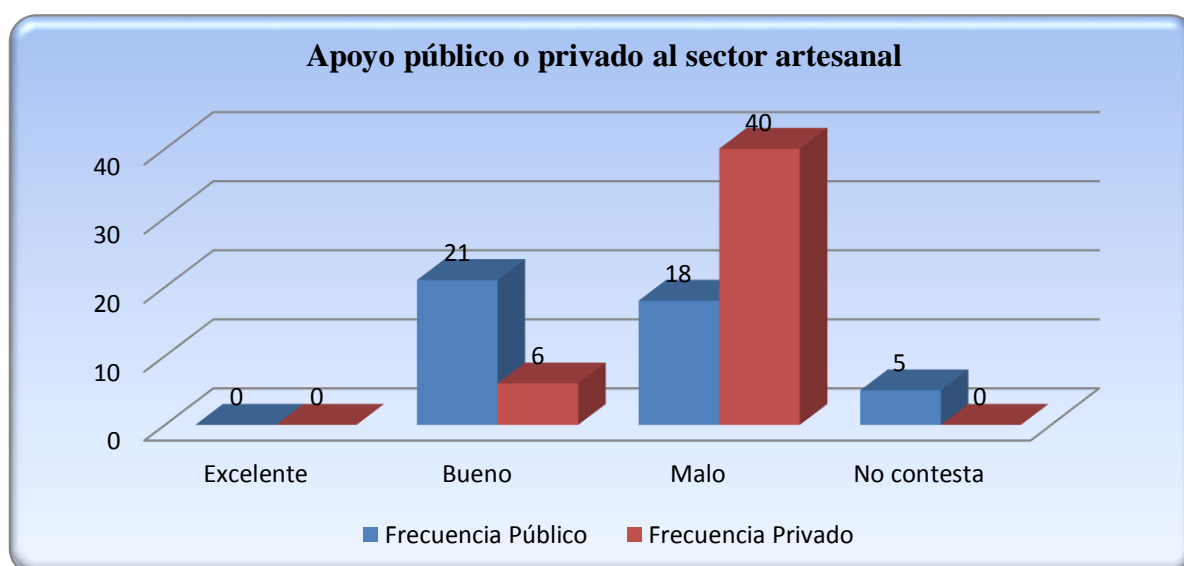


Figura N° 14 Apoyo público o privado al sector artesanal

La percepción que tienen los artesanos sobre el apoyo público o privado hacia el sector artesanal de la comuna se evidencia en la tabla N° 11, en donde se destaca que quienes se dedican a esta actividad consideran que existe deficiencia en cuanto al fomento, promoción, asesoría y financiamiento. El sector privado compuesto por los empresarios residentes en la comuna es el que menos atención ha prestado a este importante sector generador de empleo y motor de las economías locales, a pesar de existir una serie de programas dedicados al fortalecimiento del sector artesanal, a la comunidad de Montañita no se la ha tomado en cuenta para beneficiarse de los mismos.

Tabla N° 12 La implementación de una estrategia competitiva para el sector artesanal, ¿Fortalecería la productividad laboral y el desarrollo local?

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
9	Si	78	87%
	No	7	8%
	No contesta	5	6%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

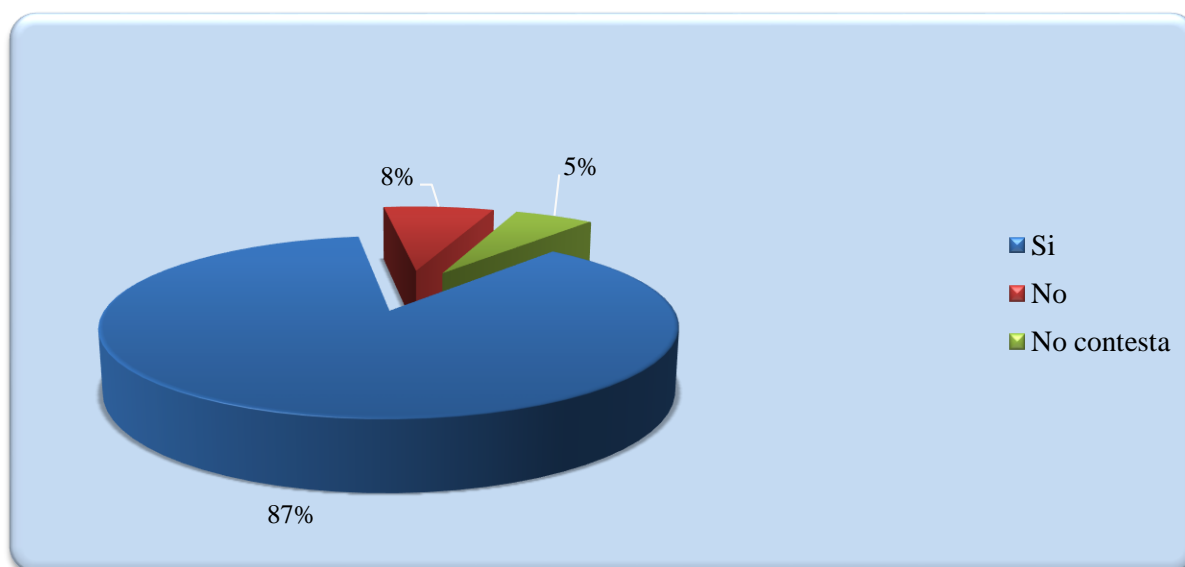


Figura N° 15 Implementación de estrategia y su relación con la productividad y desarrollo local.

Previo a esta pregunta los investigadores asumieron la responsabilidad de explicar en qué consiste una estrategia competitiva, una vez comprendida la definición, el 87% orientaron sus respuestas a que este tipo de actividades serían beneficiosas para el fortalecimiento de la productividad laboral en el sector artesanal y consolidar el progreso del balneario. A pesar de lo expuesto, el 8% se mostró contrario a esta iniciativa, quienes expusieron que primero debería existir una mayor organización comunal y el apoyo de las instituciones gubernamentales para difundir y preservar la tradición artesanal, otro grupo de los encuestados 5% se abstuvo de emitir su criterio.

Tabla N° 13 Para diseñar una estrategia competitiva, la organización actual del sector artesanal, es:

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
10	Excelente	0	0%
	Satisfactoria	17	19%
	Regular	71	79%
	No contesta	2	2%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

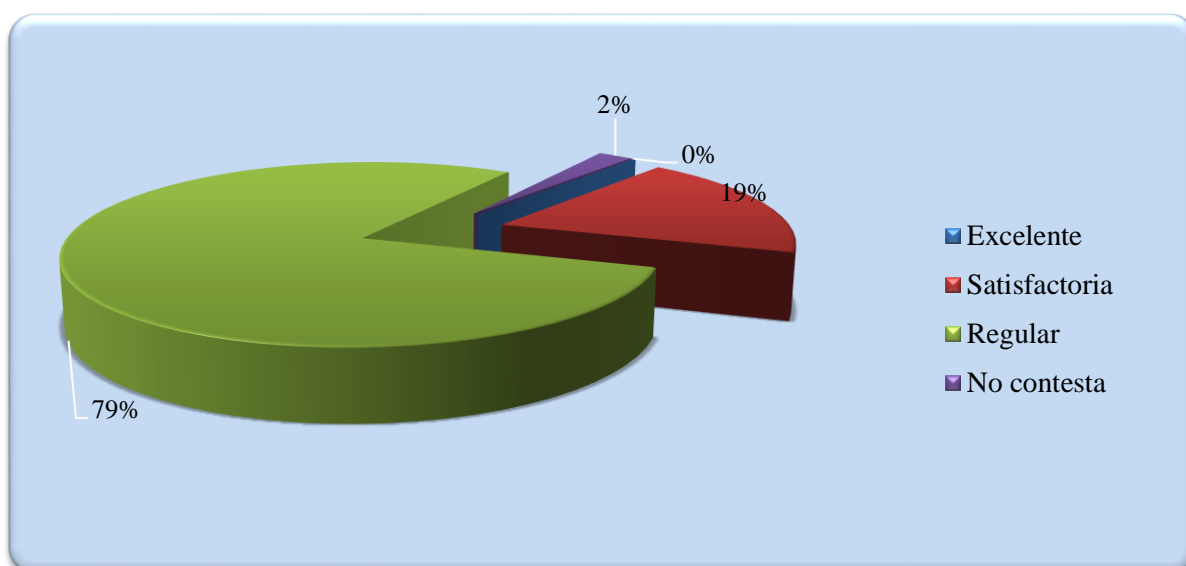


Figura N° 16 Organización del sector artesanal

Se evidencia que el 79% de los artesanos considera que la organización actual del sector artesanal no se encuentra totalmente preparada para diseñar una estrategia competitiva, la mayoría están conscientes de que les falta formación para delinear acciones que les permitan alcanzar objetivos mayores. El 19%, califica a la organización artesanal como satisfactoria pero que requiere de liderazgo, asistencia técnica y apoyo para desarrollar estrategias que proporcionen un mejor posicionamiento en el mercado y ventajas competitivas para lograr mayor crecimiento y fortalecimiento futuro del sector; el 2% no quiso emitir criterios al respecto.

Tabla N° 14 ¿Considera usted que existe algún tipo de restricción para implementar una estrategia de competitividad en el sector artesanal de la comuna Montañita?

<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
11	Si	7	8%
	No	78	87%
	No contesta	5	6%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

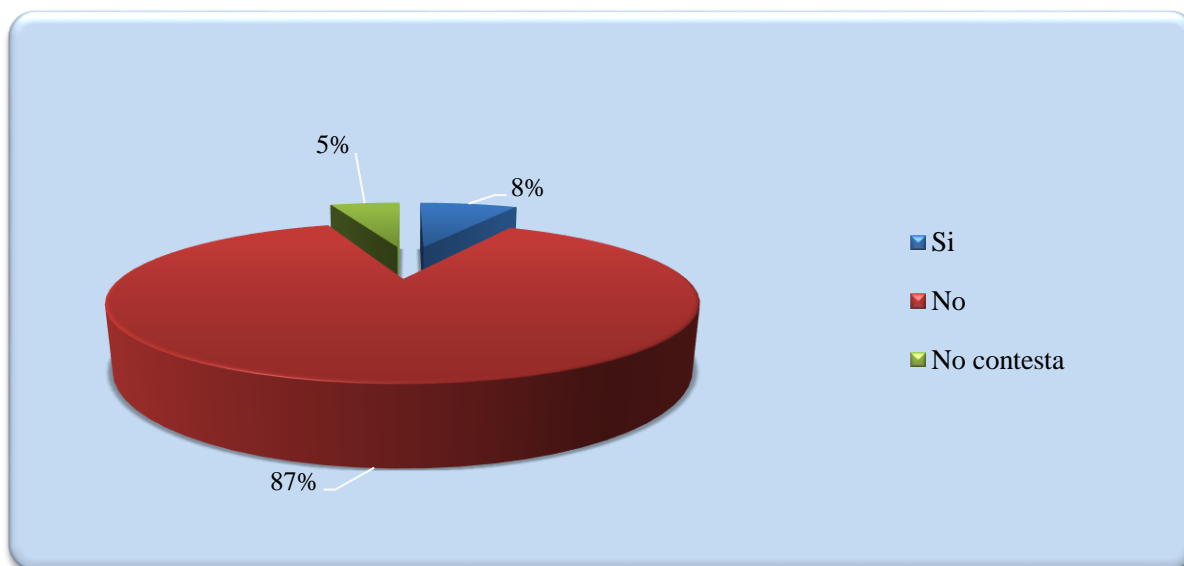


Figura N° 17 Restricción para la implementación de una estrategia competitiva

En relación a las posibles limitaciones que se puedan presentar en la implementación de una estrategia competitiva que favorezca al sector artesanal de la comuna Montañita, se aprecia que el 87% de los encuestados están de acuerdo en que no habría ningún tipo de impedimento para consolidar una propuesta que beneficiaría en gran manera a la comunidad y sus habitantes; sin embargo, una porción minoritaria (8%) considera que los intereses particulares de algunos de los integrantes del gremio entorpecerían el logro del objetivo planteado, ante esta situación, se torna necesario crear conciencia entre los artesanos sobre las ventajas de implementar estrategias que apunten al desarrollo del sector; otro grupo (5%) no emitió opinión alguna sobre el tema.

Tabla N° 15 ¿Conoce los beneficios que brinda la Junta Nacional de Defensa del Artesano con la vitrina virtual para ofrecer sus productos?

<i>Ítem</i>	<i>Valoración</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
12	Mucho	0	0%
	Poco	11	12%
	Nada	78	87%
	No contesta	1	1%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

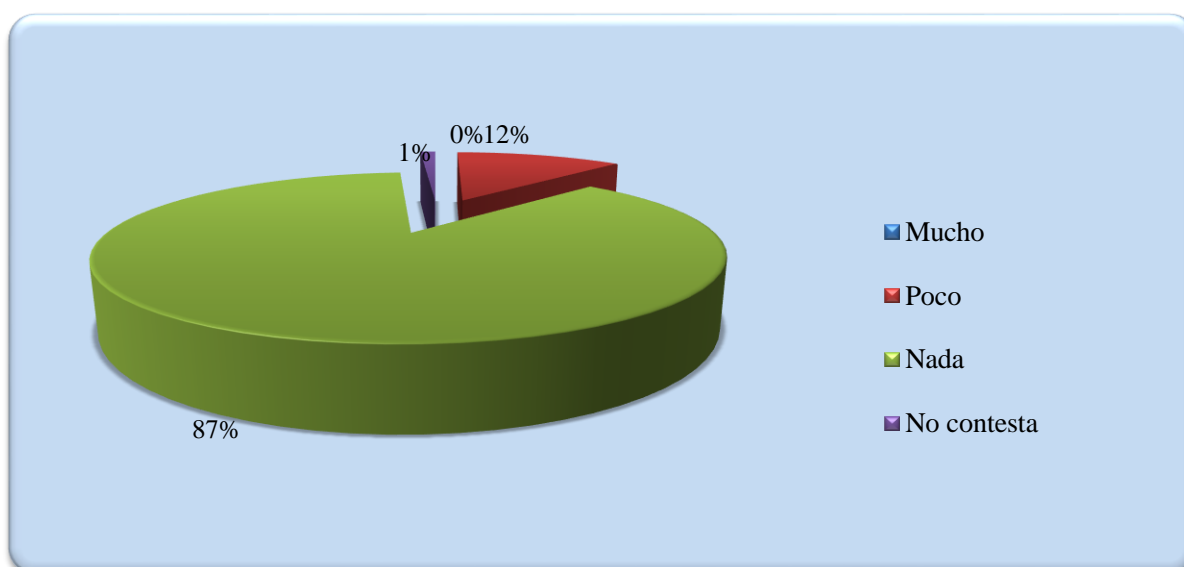


Figura N° 18 Conocimiento de los beneficios que brinda la JNDA

La Tabla N° 15 demuestra que un número significativo de encuestados representados por el 87% no tiene conocimiento de los beneficios que brinda la Junta Nacional de Defensa de los Artesanos, como la vitrina virtual que permite ofrecer sus productos a través de su página web. El desconocimiento de este beneficio por parte de los artesanos de la comuna Montañita y la no afiliación a este organismo se convierten en desventajas que les impiden aprovechar las oportunidades de ofrecer los productos artesanales a través de esta herramienta interactiva que facilita el acceso a toda la información disponible sobre los artículos que en ella se promocionan. El 12% manifestó tener cierto conocimiento de este servicio pero le restaron importancia. Una sola persona se excusó de pronunciarse sobre el contenido de la pregunta.

Tabla N° 16 ¿Conoce cómo funciona la herramienta exporta fácil que fomenta la inclusión de las artesanías ecuatorianas en los mercados internacionales?

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
13	Mucho	0	0%
	Poco	2	2%
	Nada	88	98%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

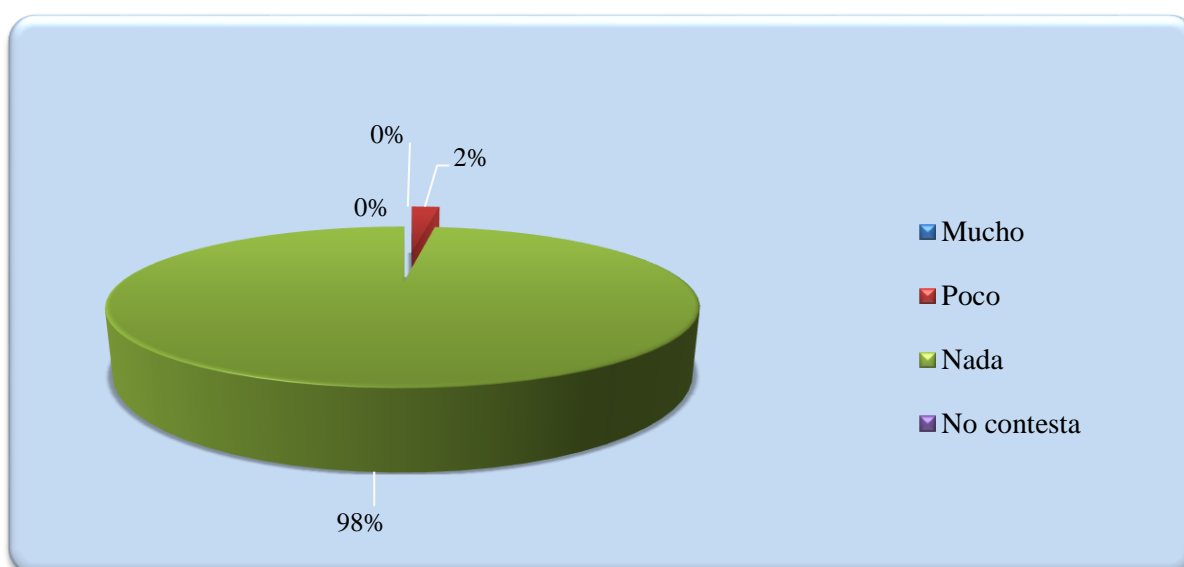


Figura N° 19 Conocimiento de la herramienta Exporta Fácil

El 98% de los artesanos desconoce la herramienta que proporciona el Ministerio de Industrias y Productividad como organismo encargado de capacitarlos en materia de comercio exterior y de encontrar posibles clientes; el 2% ha leído folletos sobre el mencionado programa que consiste en un sistema simplificado de exportaciones a través de envíos postales, más los beneficios que brindan las entidades participantes: Correos del Ecuador, MIPRO y Servicio Nacional de la Aduana del Ecuador. Resulta lamentable que sean pocos los que conocen de esta herramienta que permite fomentar la inclusión de los artesanos en los mercados internacionales.

Tabla N° 17 ¿Conoce el programa de fortalecimiento de imagen corporativa y diseño de sitios web que ofrece el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones?

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
14	Si	0	0%
	No	89	99%
	No contesta	1	1%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

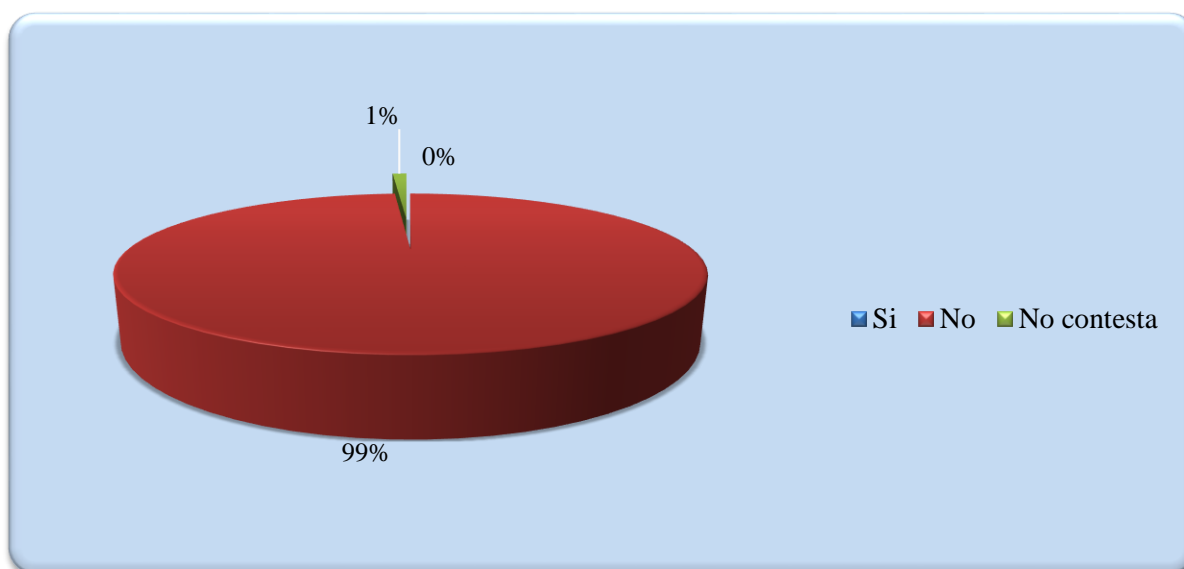


Figura N° 20 Conocimiento del programa de imagen corporativa PROECUADOR

En referencia al conocimiento del programa de fortalecimiento de imagen corporativa y diseño de sitios web que ofrece el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, la Tabla N° 17, demuestra que el 99% de los artesanos encuestados desconocen totalmente del mencionado programa que promueve la oferta exportable de bienes y servicios del país, cuenta con el programa de fortalecimiento de imagen corporativa y diseño de sitios web, ofrece asesoría técnica y capacitaciones en temas de comercio exterior a emprendedores y artesanos con la finalidad de difundir los productos exportables a potenciales compradores. Si los artesanos de la comuna Montañita tuvieran conocimiento de este beneficio, tal vez formarían parte de los más de 50 beneficiarios que hoy cuentan con su propia página web.

Tabla N° 18 Una estrategia de competitividad que brinde oportunidades comerciales y acceso a nuevos mercados, es:

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
15	Muy necesaria	87	97%
	Poco necesaria	3	3%
	Innecesaria	0	0%
	No contesta	0	0%
	TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

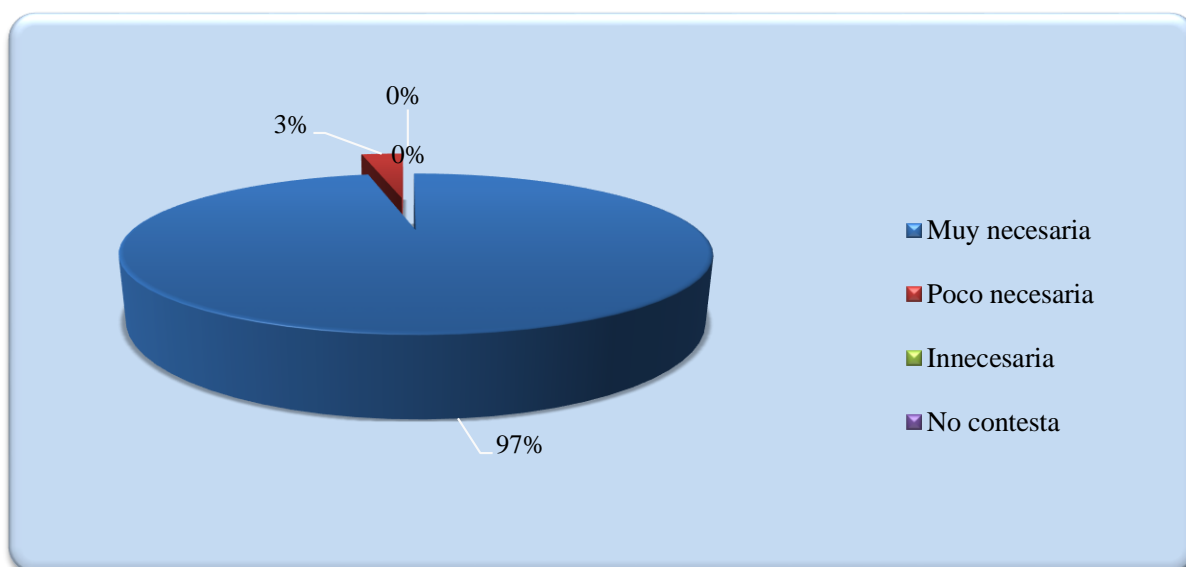


Figura N° 21 Estrategia competitiva y oportunidades comerciales

La Tabla N° 18 demuestra que el 97% de los artesanos tiene la certeza que la implementación de una estrategia competitiva abrirá una extensa gama de nuevas oportunidades de negocios, tanto al interior del país como al exterior. Durante mucho tiempo el sector artesanal de la comuna Montañita ha dependido de las ventas que realizan en la localidad a los turistas nacionales y extranjeros, así como a los mayoristas e intermediarios que exportan los productos y artículos de la zona; el sector artesanal puede beneficiarse de los programas que ofrece el estado para generar espacios comerciales con compradores internacionales a través de las ferias o ruedas de negocios que se organizan.

3.6.2 Análisis de los resultados de la entrevista

Las respuestas de los informantes calificados fueron analizadas y se emitió un resumen de las partes más relevantes para la investigación.

1. ¿Conoce de cerca la problemática del sector artesanal en la comuna Montañita?

Quienes forman parte de la comunidad y viven a diario los diferentes problemas que enfrenta el balneario Montañita, conocen los desafíos y los inconvenientes que se suscitan en el sector artesanal, a pesar de existir una serie de organizaciones cuya labor se orienta a fortalecer a esta rama de la economía. En la localidad persisten problemas como la falta de capacitación para los artesanos, orientación y asistencia técnica deficiente, competencia desleal por parte de los mochileros extranjeros que trabajan a vista y paciencia de las autoridades competentes. La politización de las asociaciones limita el cumplimiento de los objetivos primordiales para las que fueron creadas, proceso de producción poco tecnificado, dificultades en la comercialización de las artesanías y acceso a otros mercados, obstáculos que se convierten en impedimentos para el desarrollo del sector.

2. ¿Considera que los artesanos se encuentran plenamente organizados para implementar algún tipo de acción que los beneficie?

Los gremios de artesanos conformados en la comuna, tienen una organización deficiente, es necesario crear conciencia de los beneficios que traería consigo la implementación de una estrategia competitiva, socializarlos entre los diferentes actores para que estén conscientes de lo provechoso que sería la generación de acciones tendientes a fortalecer el sector en el que desempeñan sus actividades comerciales, motivándolos adecuadamente los artesanos estarían prestos a trabajar en conjunto.

3. ¿Estima conveniente la participación de algún organismo del estado en el fortalecimiento del sector artesanal de la comuna Montañita?

Son varias las organizaciones estatales que en años anteriores han visitado la comuna preguntando sobre las diversas necesidades y problemas que enfrentan los diferentes sectores, pero luego desaparecen, en la actualidad el gobierno ha implementado una serie de programas

que tienen como función principal la capacitación técnica del sector artesanal, turístico, agrícola y otros servicios. La intervención de estos organismos sería bien vista por los artesanos, siempre y cuando se lo haga en la comunidad y no en la cabecera cantonal como ha ocurrido en otras ocasiones, pues el traslado a otra localidad significa tiempo y pérdida de horas de trabajo y eso menoscaba el interés de los artesanos.

4. ¿Cree usted que los artesanos deben desarrollar innovaciones comerciales y organizativas para fortalecer el sector?

Si se quieren lograr cambios significativos en el sector artesanal, la innovación es un requisito indispensable, partiendo de la organización, procesos, producción y comercialización, factores que deben ir acompañados de la implementación de estrategias competitivas dirigidas a fortalecer la actividad artesanal en la comuna. En este sentido, la participación de la mano de obra joven, las ideas innovadoras y la diversificación juegan un papel importante en la renovación de los productos y artículos artesanales que se venden en la comuna, así como en la comercialización de la producción aprovechando los medios tecnológicos actuales.

5. Considera usted que la comuna dispone de mano de obra artesanal con buen nivel de productividad.

El nivel de productividad de los artesanos de la comuna no debería estar en tela de juicio, por años se ha producido para satisfacer el mercado interno y la demanda de los mayoristas. Lo lamentable es que el esfuerzo de los artesanos no se reconozca en el precio de cada artículo elaborado.

6. ¿Considera que los artesanos de la localidad están en capacidad de ofrecer una mejor calidad?

Con los equipos y herramientas que utilizan, más las habilidades que poseen los artesanos, han logrado satisfacer los requerimientos de las organizaciones que les solicitan altos estándares de calidad para exportarlos y sus productos gozan de reconocimiento a nivel mundial, con mejor tecnología y la capacitación adecuada se puede lograr una mejor calidad de artículos que se expenden.

7. ¿Sería positivo para el desarrollo de la comuna y sus alrededores que sus artesanos implementaran una estrategia competitiva para fortalecer sus negocios?

Una estrategia bien desarrollada e implementada en el sector artesanal lograría un despunte en los negocios, es necesario que los artesanos se encuentren preparados para hacer frente a los desafíos del mercado con acciones tácticas que les generen ventajas competitivas. El desarrollo de estrategias de comercialización, de producción y de infraestructura tecnológica con el apoyo de las organizaciones locales como los municipios, universidades y otras entidades estatales ampliaría las posibilidades de desarrollo para el comercio artesanal en la comuna Montañita.

8. ¿Estima necesario que los artesanos deban capacitarse para desarrollar sus habilidades y capacidades en los negocios como medio para fortalecer el sector?

Los artesanos de la comuna Montañita generalmente han dependido de sus ventas en el mercado local y del comercio con los mayoristas o intermediarios, pero su limitada capacidad de negociación no les ha permitido lograr acuerdos comerciales con resultados beneficiosos para ellos; la capacitación en temas de comercialización desarrollaría sus habilidades y capacidades para aprovechar las numerosas oportunidades que se presentan en el mercado, además, potenciaría la gestión en los procesos de negociaciones futuras, logrando resultados exitosos para el sector artesanal.

9. ¿Los artesanos han aprovechado los beneficios que otorgan organismos que fomentan la producción artesanal?

En la zona norte de la provincia de Santa Elena existen una serie de instituciones que prestan ayuda y colaboración al sector artesanal; el Programa de Desarrollo Costero (PRODECOS); el Ministerio de Industrias y Productividad; Empeñe Ecuador, los Centros de Fomento Productivo, entre otras instituciones del gobierno. Organizaciones privadas como La Cervecería Nacional y su programa Siembra Futuro, son organismos que brindan apoyo y asesoría a las microempresas para incentivar su desarrollo, pero los trámites son engorrosos y la documentación o proyectos que deben presentar los artesanos para acceder a los beneficios les resta interés por lograr las prestaciones que brindan, desaprovechando las oportunidades que ofrecen este tipo de organizaciones.

10. ¿Considera usted que existe algún impedimento para fomentar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita?

Los artesanos están conscientes de que el fomento de la competitividad en el sector es una necesidad imperiosa para lograr un mayor desarrollo en beneficio de la comunidad, para todos sus habitantes y para su propio provecho, a pesar de ello, existe desinterés, desinformación y falta de conocimiento respecto a las alternativas que tiene el sector para impulsar estrategias competitivas.

3.7 ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Causa	Efecto	Conclusión
La escasa formación de los artesanos les impide desarrollar acciones que beneficien al sector artesanal.	La comercialización y venta de los productos artesanales no cubren las expectativas de los artesanos.	Es necesario conocer las necesidades de formación de los artesanos para que las instituciones del estado orienten sus capacitaciones a satisfacerlas.
Equipos y herramientas obsoletas.	Se produce para el mercado local y muy poco para otros mercados.	Para fortalecer la producción se requiere de tecnología apropiada.
Falta de organización en el sector artesanal.	Incumplimiento de las metas y objetivos trazados.	Fortalecer la organización artesanal en la comuna.
No existe asistencia técnica para desarrollar estrategias competitivas.	Débil posicionamiento en el mercado.	La implementación de una estrategia, brindaría oportunidad de acceso a nuevos mercados.
Desconocimiento de estrategias competitivas.	Desventajas en el mercado, estancamiento de los negocios.	Hace falta mejorar la situación del sector artesanal con acciones que generen ventajas competitivas.

Elaboración: Autores

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

PLAN DE FORTALECIMIENTO ECONÓMICO Y COMERCIAL PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE LA COMUNA MONTAÑITA.

4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Los constantes cambios en los mercados y las nuevas ideas o conceptos innovadores en las estrategias de las organizaciones, exigen a los artesanos el desarrollo de competencias e iniciativas que les permitan continuar en su actividad comercial con resultados exitosos para lograr el mejoramiento continuo concomitante con los cambios que se produzcan en su entorno.

La importancia de aprovechar las oportunidades que ofrecen los diferentes programas que promueve el Ministerio de Industrias y Productividad, radica en el efecto que generan en la ampliación y posicionamiento de los productos artesanales en el mercado local y extranjero, lo que genera el desarrollo socioeconómico a través del fomento de empleo y en el sector artesanal de la comuna.

Los resultados de la investigación dejan entrever que quienes conforman el sector artesanal de la comuna Montañita están conscientes de que el camino a recorrer para salir adelante en un mercado competitivo y exigente, requiere de una serie de destrezas y habilidades. La promoción del sector artesanal de esta localidad, tiene como ventaja el reconocimiento a nivel nacional e internacional como sitio turístico; por consiguiente, la expansión y crecimiento del turismo en la comuna se convierte en el punto de partida para proponer un proyecto estratégico enfocado al fortalecimiento de la competitividad, requiriendo potenciar el talento humano, mejorar la estructura organizativa y una mayor difusión de las artesanías que se producen. En el Ecuador, la modernización y la globalización de la economía han generado un sinnúmero de reformas estructurales, administrativas y

legales, por lo que, el sector artesanal debe asumir el reto de desarrollar condiciones de competitividad, con la finalidad de mantener y ampliar su participación en un mercado altamente competitivo.

El gobierno, a través de distintos programas se está esforzando por buscar diferentes alternativas de acción para fortalecer la matriz productiva, una de ellas se refiere a la capacitación del talento humano como factor que aporte al desarrollo productivo, económico y social del país, puesto que tal objetivo requiere de mano de obra altamente calificada en cada uno de los sectores de la economía. Esto representa una gran oportunidad para los involucrados en el sector artesanal que se ven beneficiados con la formación de sus capacidades en diversas áreas, entre ellas la promoción y comercialización de sus productos; logrando adaptar sus formas de producción a las exigencias de competitividad y productividad que el mercado actual así lo requiere.

El sector artesanal de la comuna Montañita, ha enfrentado el fantasma de la desaparición, sin embargo, a fin de no dejar de lado esta tradición, muchos son los artesanos que combinan sus actividades artesanales con las turísticas como alternativa para enfrentar la pobreza y la falta de empleo en la zona; las artesanías que más se destacan en la comuna y que mayor preferencia tienen entre los turistas están las elaboradas con tagua, paja toquilla, madera y balsa, las mismas que tienen un amplio reconocimiento en el exterior.

El proyecto estratégico estará orientado a la oferta y garantía de las artesanías y a la fidelización de los clientes habituales con el objetivo claro de potenciar el rendimiento del sector para lograr beneficios en el futuro, pero sobre todo, se convertirá en una alternativa para que la comuna Montañita se proyecte al mundo a través de la oferta de los productos que se elaboran y se comercializan en la localidad, con un valor agregado que le permita ser más competitiva.

4.2.1 Análisis situacional del sector artesanal

Para lograr ventajas competitivas, el sector artesanal de la comuna Montañita, debe desarrollar acciones que regulen su comportamiento en el mercado, conocer lo que sucede en su entorno, su posición respecto a la competencia y las tendencias del sector, a fin de establecer las alternativas estratégicas factibles que lo posicionen en el mercado nacional e

internacional de manera más efectiva.

Con el objeto de determinar el punto de partida que permita conformar de manera adecuada el proyecto estratégico se desarrolló un análisis FODA del sector artesanal en la localidad, el mismo que consistió en un diagnóstico valorativo de su situación actual para abordar temas claves que faciliten la formulación de la propuesta.

Fortalezas

- Balneario con un alto reconocimiento a nivel nacional e internacional, lo que facilita la penetración en otros mercados.
- Artesanos con habilidades, destrezas, creatividad y años de experiencia en la elaboración de artículos, empleando materia prima obtenida de la naturaleza.
- Productos artesanales de gran calidad y con un alto valor agregado.
- Predisposición de los artesanos para fortalecer el sector para beneficio mutuo y de la comunidad.
- La producción artesanal no requiere de grandes inversiones.
- Industria de baja complejidad tecnológica.
- Herencia e identidad cultural (Saberes ancestrales).
- Originalidad y precios razonables.

Oportunidades

- Servicios en línea del Ministerio de Industrias y Productividad para que los artesanos ecuatorianos accedan a los beneficios que éste ofrece.
- Existencia de programas gubernamentales que fomentan e impulsan el desarrollo del

sector productivo artesanal a través de asistencia técnica, capacitación y asesoría en diseño y comercialización.

- Normas y regulaciones legales que favorecen el impulso y fortalecimiento del sector artesanal.
- Clientes con tendencia a repetir la adquisición de artesanías.
- Presencia de nichos en el mercado nacional e internacional.
- Ferias artesanales.
- Mercado externo definido para la comercialización de artesanías.
- Fácil adaptabilidad de las artesanías hacia nuevas tendencias del mercado internacional.
- Empleo de las redes sociales y otras herramientas web para promocionar de manera gratuita los productos artesanales.
- Afluencia turística durante todo el año, los turistas satisfechos con las artesanías adquiridas se convierten en multiplicadores de la promoción del sector.

Debilidades

- Limitada oportunidad de acceso a crédito en el sector financiero.
- Alto grado de informalidad en sus actividades comerciales.
- Dependencia de intermediarios para la exportación de los productos artesanales, debido a la inexperiencia en mercados internacionales.
- Desconocimiento de alternativas para desarrollar estrategias competitivas de promoción y ventas.

- Esfuerzos aislados para desarrollar el sector.
- Producción y comercialización a pequeña escala, considerando las comunidades cercanas.

Amenazas

- Comercialización de artesanías extranjeras o productos similares en el balneario.
- Industrialización de las artesanías.
- Obstáculos técnicos para promocionar los productos artesanales.
- Trámites burocráticos para la obtención de los beneficios que ofrece el estado a través de programas dirigidos al sector artesanal.

4.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

4.3.3.1 Objetivo General

Impulsar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita, empleando la promoción como estrategia de penetración en el mercado, aprovechando los beneficios que otorgan los programas que promueve el Ministerio de Industrias y Productividad a través de la Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías entre otros organismos estatales, fortaleciendo el bienestar socioeconómico de la comunidad y la satisfacción de los consumidores con productos y servicios de calidad en mejores condiciones de venta.

4.3.3.2 Objetivos Específicos

Generar sostenibilidad para el sector productivo artesanal, incrementando la competitividad a través de la capacitación técnica de los artesanos y artesanas.

Aplicar las herramientas de promoción idóneas para el sector artesanal de la comuna Montañita.

Lograr una inserción estratégica en mercados potenciales para los productos artesanales elaborados en la localidad.

Fomentar el rescate de los saberes artesanales ancestrales.

4.4 HIPÓTESIS DE LA PROPUESTA

La implementación de una estrategia de penetración en el mercado, aprovechando los programas que ofrece la Subsecretaría de Mipymes y Artesanías, fortalecerá la competitividad del sector artesanal en la comuna Montañita.

4.5 DESARROLLO Y PLANIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

El gobierno ecuatoriano, ha conseguido implantar un marco institucional moderno y especializado, en este sentido, el sector artesanal se ha beneficiado con la promulgación de leyes que favorecen su desarrollo, organizaciones gubernamentales promueven planes, programas y proyectos orientados al fortalecimiento de la competitividad en el marco de la transformación de la matriz productiva.

Es indispensable incentivar la productividad, competitividad y rentabilidad del sector artesanal de la comuna Montañita, por medio de los programas que pone a disposición el Ministerio de Industrias y Productividad a través de la Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías complementado con las vocaciones productivas de los artesanos y las ventajas comparativas existentes en la localidad. Para estimular el consumo de los productos y servicios que ofrece este segmento de la economía, se aplicarán soportes publicitarios y acciones de comunicación, se potencializará los recursos locales garantizando un sector más competitivo, equitativo y con mayores oportunidades en el mercado.

Para la implementación de la propuesta los investigadores sugieren y recomiendan la conformación de un comité multidisciplinario integrado por: Miembros de la Directiva Comunal, artesanos de la localidad, delegado o representante del GAD Municipal, de la Prefectura y estudiantes universitarios nativos de la localidad, que en base a sus conocimientos y experiencias, luego de analizar la propuesta presentada, la pongan en práctica cumpliendo con los objetivos y metas que se proponen lograr.

Etapa 1: Creación de la visión y misión.

Etapa 2: Establecimiento de metas.

Etapa 3: Desarrollo de objetivos.

Etapa 4: Desarrollo de programas.

Etapa 5: Implementación de los programas.

4.5.1 Etapa 1: Creación de la visión y misión

Visión: El sector artesanal de la comuna Montañita se constituye en un referente de la promoción y comercialización de artesanías, logrando el reconocimiento de los clientes nacionales y extranjeros por la excelencia y calidad del producto artesanal.

Misión: Promocionar integral y competitivamente el sector artesanal de la comuna Montañita en los mercados nacionales e internacionales, proporcionando la base para una amplia gama de oportunidades comerciales.

4.5.2 Etapa 2: Establecimiento de metas

El esquema participativo y el diálogo con los artesanos de la localidad, se convirtieron en herramientas decisivas al momento de establecer la realidad concreta del sector, con miras al establecimiento de las metas centradas en definir las estrategias promocionales adecuadas.

Meta 1: Artesanos y artesanas capacitados por parte de parte del MIPRO para incrementar sus capacidades productivas y competitivas.

Meta 2: Incentivar la participación de los diferentes actores en el programa de registro artesanal.

Meta 3: Establecer los medios idóneos para la promoción del sector artesanal.

Meta 4: Participar en las ferias artesanales organizadas por el Ministerio de Industrias y Productividad.

Meta 5: Incrementar la productividad y competitividad del sector artesanal.

Meta 6: En corto plazo, lograr el total fortalecimiento de la capacidad organizativa del sector artesanal de la comuna Montañita.

Meta 7: En el mediano plazo, aumentar la cuota de mercado reorganizando las acciones promocionales del sector artesanal.

Meta 8: En el largo plazo, lograr la construcción de un mercado artesanal en la comuna Montañita.

Meta 9: Lograr que los impactos de la estrategia de penetración en el mercado se compaginen con el impulso a la transformación de la matriz productiva.

Meta 10: Establecer acuerdos anuales para que los estudiantes de la carrera de Marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que hayan alcanzado un 80% de la malla curricular, colaboren con la promoción del sector artesanal de la comuna Montañita.

4.5.3 Etapa 3: Desarrollo de Objetivos

Objetivo 1: Para el 2015, establecer acuerdos de transferencia de conocimientos con el Ministerio de Industrias y Productividad para capacitar al 100% de los artesanos y artesanas de la comuna Montañita y sectores aledaños, fortaleciendo sus potencialidades comerciales para la generación de mejores oportunidades de negocios.

Objetivo 2: Para el 2015, promover la suscripción del 90% de los actores involucrados en el Registro Único Artesanal.

Objetivo 3: Utilizar diferentes medios para abordar el 100% del mercado objetivo, sean estos: medios radiales, escritos, visuales, redes sociales, página web que servirán de apoyo a la comercialización de los productos artesanales.

Objetivo 4: Aprovechar todos los eventos feriales que desarrolle el MIPRO en el año 2015 en adelante como herramienta de promoción del sector artesanal de la comuna Montañita.

Objetivo 5: Fortalecer la productividad, competitividad y calidad artesanal potenciando el acceso a la tecnología, innovación, capacitación y asistencia técnica.

Objetivo 6: Dinamizar en forma sostenida la organización artesanal logrando satisfacer las necesidades de los artesanos generando ventajas competitivas que contribuyan al desarrollo local.

Objetivo 7: Diversificar la cartera de productos, analizando el entorno del mercado y los gustos de los clientes para cubrir una mayor variedad de necesidades y aumentar el número de compradores.

Objetivo 8: Gestionar y promover con el gobierno seccional la construcción de un mercado artesanal.

Objetivo 9: Promover la productividad, competitividad, sustentabilidad y sostenibilidad del sector artesanal basada en la economía del conocimiento.

Objetivo 10: Comprometer la intervención de los estudiantes de la carrera de Marketing de la UPSE en el impulso, desarrollo y promoción del sector artesanal de la comuna Montañita.

4.5.4 Etapa 4: Desarrollo de programas

Programa 1: Formación microempresarial.- Se promueve la capacitación de los artesanos de la comuna Montañita, para que asuman con responsabilidad el reto de la competitividad.

Muchos de los problemas que enfrenta el sector artesanal, son originados por la falta de conocimientos en materia de comercialización, servicio al cliente, carencia de información del mercado, escasa asesoría técnica y desconocimiento de oportunidades; un programa permanente o prolongado de capacitación y formación focalizado en materia de competitividad en los negocios, permitirá que el sector artesanal se encuentre preparado para enfrentar los cambios que impone la dinámica económica. La capacitación estaría a cargo del comité multidisciplinario que tendría la responsabilidad de gestionar y tramitar ante los

organismos competentes la capacitación en favor del sector.

Programa 2: Consolidación del sector artesanal.- Se estimula la titulación de la totalidad de los actores que abarca el presente estudio y su inscripción en el Registro Único Artesanal, lo que permitirá aprovechar todos los beneficios que brinda la Junta Nacional de Defensa del Artesano y el fortalecimiento del sector artesanal, entre los que se considera la vitrina virtual.

Programa 3: Difusión y promoción del sector artesanal.- La creación de un espacio radial en el que se resalte las bondades del sector artesanal en la comuna Montañita, se entreviste a turistas que adquieran productos artesanales y se invite a profesionales del marketing para que expongan sus conocimientos en el área. Elaboración de folletos, hojas volantes, dípticos, trípticos que serán repartidos en hoteles y restaurantes de la comunidad y a lo largo de la Ruta del Spondylus. Creación de páginas en Facebook, twitter, google+, linkedin, entre otros y elaborar videos caseros para publicarlos en Youtube.

Programa 4: Participación en ferias artesanales.- Inscribirse en las ferias artesanales organizadas por el MIPRO, gestionar ante las autoridades locales, cantonales y provinciales la organización de ferias de negocios en puntos y fechas estratégicas, logrando concretar acuerdos con sectores interesados en realizar compras directas a los artesanos presentes en los eventos, promoviendo el desarrollo y competitividad del sector como dinamizador de la economía local, productor con calidad y diversificador de la oferta exportable que promueve la transformación productiva del país.

Programa 5: Generar competitividad.- Contribuir al desarrollo constante del sector artesanal, potenciando las ventajas competitivas que posee la localidad, aprovechando al máximo los recursos disponibles, para lograr la conquista de nuevos mercados y la generación de nuevas oportunidades de negocios a través de la promoción de las artesanías por diferentes medios.

Programa 6: Gestión Organizacional.- Mejorar las prácticas organizativas relacionadas con la toma de decisiones estratégicas y su implementación para enfrentar el reto de la competitividad, a través del apoyo de las entidades gubernamentales orientadas a fortalecer el sector.

Programa 7: Diversificación productiva.- Promover la innovación y creatividad, logrando la especialización en el desarrollo de productos artesanales innovadores que respeten la tradición y la calidad manual.

Programa 8: Mercado artesanal.- Proveer a los artesanos de instalaciones adecuadas, en donde puedan exponer y vender sus productos con mayor comodidad para los clientes, traduciéndose en proyección y productividad para el sector artesanal. Se debe indicar que esta propuesta es una iniciativa de los actores involucrados.

Programa 9: Economía del conocimiento.- Generar mayores ingresos en el sector artesanal, fortaleciendo sus capacidades técnicas, potenciando el conocimiento, la cultura, la tradición y los saberes ancestrales para que puedan crear y concebir propuestas innovadoras.

Programa 10: Alianza estratégica.- Lograr el apoyo y la asistencia técnica de la carrera de Marketing y el Programa de Vinculación con la Colectividad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena orientada a la promoción del sector artesanal.

4.5.5 Etapa 5: Implementación de los programas.

Para conservar una ventaja competitiva representativa en el mercado es necesario mantener a los clientes bien informados de los cambios e innovaciones en los productos, precios y promociones que den lugar al incremento sustancial de las ventas y utilidades, los programas propuestos, buscan mantener una participación sólida de las artesanías en los mercados actuales.

La ejecución de la propuesta, debe lograr impactos visibles y tangibles para mantener el interés de los involucrados y el apoyo de las organizaciones estatales, la etapa de implementación de todos los programas define las implicaciones presupuestarias, institucionales y de talento humano en la medida que se tomen decisiones acertadas que aseguren que los recursos estén disponibles para cada proyecto.

4.6 IMPACTO COSTO BENEFICIO

Las acciones promocionales generan un efecto sobre las decisiones de consumo y

pueden afectar las cantidades demandadas de un determinado producto, incluso llegan a afectar las preferencias de los consumidores.

La promoción como estrategia de penetración en el mercado para impulsar la competitividad en el sector artesanal de la comuna Montañita, resulta necesaria para elevar la demanda de las artesanías y mejorar los beneficios económicos de los artesanos.

Un consumidor bien informado de las novedades que se producen en el sector artesanal garantiza el funcionamiento del mercado al tener facilidades en el proceso de la toma de decisiones de consumo. Resulta importante resaltar los atributos de las artesanías elaboradas y comercializadas en la localidad para lograr un impacto positivo sobre los consumidores en términos de bienestar y satisfacción.

Por otro lado, está la decisión de establecer un gasto promocional para el sector artesanal; el mismo que será tomado en conjunto por los actores involucrados a fin de incrementar la demanda de las artesanías elaboradas y comercializadas en la comuna Montañita. La publicidad y la promoción afectan las decisiones de consumo en mayor o menor proporción, lo que tiende a desplazar la curva de demanda, al crecer la cantidad demandada se incrementan los beneficios para el sector.

La inversión en promoción, está dirigida a consolidar ventas considerables en el sector artesanal, beneficiando los negocios a través del incremento de sus ingresos, una cartera de clientes más amplia y mayor alcance de mercado, por ello se debe de emplear diferentes medios o canales, páginas web y otras tecnologías de comunicación como herramientas para retroalimentar constantemente a los consumidores, de manera que la información siempre esté disponible para ellos y establecer los impactos generados por la actividad promocional, de manera que puedan definirse, constantemente, nuevas estrategias que permitan alcanzar las metas trazadas.

4.6.1 Presupuesto estimativo

Resulta necesario resaltar que los proyectos que conforman la estrategia, parten de la capacitación como elemento decisivo en la consecución de los objetivos que se pretenden alcanzar.

Los valores globales estimativos para los diferentes programas, se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 19 Presupuesto estimativo para los proyectos.

Programa	Responsables	Costo estimado	Porcentaje
1. Formación microempresarial	Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	\$ 3.000,00	2%
2. Consolidación del sector artesanal	Artesanos, MIPRO.	\$ 36.000,00	24%
3. Difusión y promoción del sector artesanal	Estudiantes de la carrera de Marketing – UPSE, Artesanos.	\$ 7.500,00	5%
4. Participación en ferias artesanales	Artesanos, MIPRO, GAD Municipales.	\$ 5.000,00	3%
5. Generar competitividad	Artesanos, MIPRO.	\$ 3.000,00	2%
6. Gestión organizacional	Artesanos, GAD Parroquial.	\$ 2.000,00	1%
7. Diversificación productiva	Artesanos.	\$ 5.000,00	3%
8. Mercado artesanal**	GAD Parroquial, GAD Municipal, Prefectura, MIPRO.	\$ 83.873,82	56%
9. Economía del conocimiento	Artesanos, MIPRO.	\$ 3.000,00	2%
10. Alianza estratégica	Artesanos, UPSE.	\$ 2.000,00	1%
TOTAL		\$ 150.373,82	100%

Fuente: Investigación

Elaboración: Autores

** Proyecto de Tesis: “Red de mercados para el sector alimenticio en el cantón Santa Elena por medio del GAD Municipal, Año 2013”. Autor: Paul Hermenejildo Tomalá.

La participación de cada una de las organizaciones involucradas en las actividades individuales se detalla a continuación:

Tabla N° 20 Esquema de participación de las organizaciones involucradas

Proyecto	Cant.	Actividades	Valor Ind.	Total
1. Formación microempresarial	6	Capacitaciones a cargo del MIPRO.	\$ 500,00	3.000,00
2. Consolidación del sector artesanal	120	Titulación de artesanos	\$ 300,00	36.000,00
3. Difusión y promoción del sector artesanal	1	Imagen Corporativa	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
	1	Creación de espacio radial	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
	5000	Trípticos	\$ 0,20	\$ 1.000,00
	5000	Hojas Volantes	\$ 0,10	\$ 500,00
	3	Vallas Publicitarias	\$ 700,00	2.100,00
	1	Página web con alojamiento y dominio	\$ 500,00	\$ 500,00
	1	Empaques para artesanías	\$ 900,00	\$ 900,00
4. Participación en ferias artesanales	1	Participación en la feria anual de artesanos - Quito	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	3	Participación en ferias cantonales	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00
5. Generar competitividad	1	Promoción del balneario	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
6. Gestión organizacional	1	Conformación de la comisión artesanal	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
7. Diversificación productiva	1	Renovación de equipos básicos, innovación y oferta diversificada.	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
8. Mercado artesanal	1	Construcción de un mercado artesanal	\$ 83.873,82	\$ 83.873,82
9. Economía del conocimiento	1	Capacitación para el rescate de los valores ancestrales	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
10. Alianza estratégica	1	Acuerdos con la UPSE (Vinculación con la colectividad – Marketing)	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
TOTAL				150.373,82

Fuente: Investigación

Elaboración: Autores

En el proyecto de Formación microempresarial se ha considerado 6 capacitaciones al

año y estarían a cargo del MIPRO, en coordinación con el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional y la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional; los cursos que imparten estas instituciones y que están acorde al fortalecimiento de la competitividad en el sector artesanal se detallan a continuación:

- Registro único artesanal, ley del artesano y exporta fácil.
- Buenas prácticas de manufacturas.
- Atención al cliente.
- Administración de empresas.
- Imagen Corporativa .
- Planes de negocios.

La consolidación del sector artesanal, comprende la titulación de los artesanos y la gestión del ministerio mencionado. La difusión y promoción del sector artesanal será responsabilidad de los estudiantes de la carrera de Marketing de la UPSE y abarca la creación de la imagen corporativa, un espacio publicitario en radio, la impresión de material promocional y tecnología Web. Se tiene altas expectativas por la participación en la feria artesanal que se realiza anualmente en Quito y tres en las cabeceras cantonales de la provincia, éstas últimas serían organizadas por cada municipio.

La promoción del balneario resulta importante, puesto que, las oportunidades que brinda el turismo se convierten en ventajas competitivas, el fomento de mayores visitas y estadías más largas favorecen al sector artesanal, incidiendo positivamente en las ventas. La conformación de una comisión al interior de la Directiva Comunal fortalecería la organización del sector artesanal. Los productos artesanales requieren de un toque de innovación sin dejar de lado lo rústico y lo manual, características que atraen mucho a los turistas.

El mercado artesanal es una aspiración del sector, para el presupuesto estimativo se tomó en consideración los valores propuestos en la tesis: “Red de Mercados para el sector alimenticio en el cantón Santa Elena” y que tentativamente estaría financiado por el GAD Parroquial 20%, GAD Municipal 40% y la Prefectura 40%. Se propone el rescate de los valores ancestrales como parte importante en la estrategia de promoción. La UPSE a través del programa de Vinculación con la Colectividad y la carrera de Marketing es una organización con la que gestionaría una alianza para fortalecer la propuesta.

La estrategia de penetración en el mercado incrementará la participación del sector artesanal en el rubro que interviene persiguiendo un mayor número de clientes a través de la promoción.

Es necesario tener en cuenta que de noviembre a marzo se considera como temporada alta y de abril a octubre como temporada baja, generalmente Montañita recibe anualmente a cerca de 20.000 visitantes y el gasto promedio es de \$ 60.00 diarios, de los cuales destina el 20% a hospedaje, 20% alimentación, 15% en transporte, 30% en diversión y entretenimiento, y la diferencia en otros.

4.6.2 Situación del sector artesanal con y sin propuesta

En el marco de la presente investigación se desarrolló un cuadro comparativo de la situación del sector artesanal de la comuna Montañita con y sin los beneficios de la propuesta. El bienestar para estos actores de la economía, puede ser logrado implementando las actividades propuestas.

Tabla N° 21 Cuadro comparativo

Situación con propuesta	Situación sin propuesta
Formación microempresarial	
<p>El fortalecimiento del talento humano juega un papel importante en la competitividad del sector artesanal, con la formación microempresarial los artesanos afianzarán los conocimientos y habilidades que requieren para el desarrollo de sus actividades diarias y en el manejo administrativo y comercial de sus negocios. Los beneficios de la capacitación se expresan en términos de mayor educación, tecnología y productividad. El conocimiento es determinante para alcanzar mayores niveles de bienestar, está directamente vinculado a la generación de nuevos productos, mejoramiento de la calidad y procesos productivos, utilización de insumos y mayor eficiencia. El impacto positivo también se produce a nivel de desarrollo socioeconómico de la comunidad.</p>	<p>El bajo nivel de capacitación y formación empresarial de los artesanos de la comuna Montañita, incide directamente en los índices de producción y productividad de las actividades artesanales. El problema del desempleo y sub empleo en el sector artesana, se debe básicamente a la falta de preparación académica, producto de una débil capacitación laboral y empresarial desembocando en el abandono de la actividad, migración, disgregación familiar y problemas sociales que impiden el mejoramiento de la calidad de vida en la comunidad, la carencia de formación microempresarial afecta al desarrollo de competencias, habilidades, destrezas, organización, gestión y competitividad de los artesanos para el desempeño eficaz de sus labores diarias.</p>

Consolidación del sector artesanal	
<p>La titulación de los artesanos elevaría su nivel de vida, cultural y técnico, contribuyendo al desarrollo de la comuna. El sector artesanal tendría mayores oportunidades de aprovechar los beneficios e incentivos que conceden la Ley de Fomento Artesanal, Ley de Defensa del Artesano, Código Orgánico de la Producción y Ley de Economía Popular y Solidaria, así como el apoyo de la empresa privada y las entidades públicas locales.</p>	<p>Son muchos los proyectos que no se han podido aprovechar porque los artesanos no están calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la inexistencia de este aval les impide hacer uso de los innumerables beneficios que tienen los artesanos titulados y organizados, si no se consolida el sector artesanal a través de este principal requisito no tendrá suficiente fuerza para llamar la atención de los organismos estatales y privados.</p>
Difusión y promoción del sector artesanal	
<p>La dinamización del sector artesanal a través de la difusión, conocimiento y promoción de los productos elaborados impulsaría la competitividad y el desarrollo de la empresa artesanal. La creación de la identidad corporativa, la promoción radial, el material publicitario, el uso de las redes sociales y la página web contribuyen a la estrategia de penetración en el mercado que requiere el sector artesanal.</p>	<p>El sector artesanal desaprovecha recursos humanos y económicos por la falta de coordinación de las organizaciones estatales en lo que tiene que ver con la promoción y desarrollo de las artesanías. Este segmento de la economía local pierde oportunidades de negocios por la inexistencia de estrategias promocionales y de mecanismos idóneos orientados a fomentar la comercialización e incrementar las ventas.</p>
Participación en ferias artesanales	
<p>Las ferias constituyen una plataforma comercial o un punto de encuentro entre la oferta y la demanda para mostrar las artesanías elaboradas facilitando los negocios y el establecimiento de nuevas relaciones comerciales con clientes potenciales para crear un mercado más amplio, permitiendo posicionar al sector artesanal en una mejor ubicación. La información recabada durante una feria resulta importante para darle continuidad y seguimiento a la labor comunicativa y de ventas.</p>	<p>La falta de participación en ferias nacionales provoca que la difusión de los productos artesanales quede relegada a la exposición local, quedando en mano de los intermediarios la distribución y venta de la mayor parte de la producción artesanal, lo que afecta al desarrollo comercial del sector e incrementa los problemas que enfrentan los artesanos para promocionar sus productos. No se organizan ferias en lugares cercanos a los centros de producción artesanal lo que impide la generación de oportunidades de mercado y la dinamización del sector.</p>
Generar competitividad	
<p>El desarrollo de un turismo competitivo y de calidad fomenta las visitas y pernoctaciones más largas de los turistas afectando positivamente el comercio artesanal, el material publicitario expuesto en los principales negocios de la localidad crea expectativas en los visitantes sobre el consumo de artesanías. El turismo genera empleo indirecto en el sector artesanal y mejoramiento de la calidad de vida.</p>	<p>La inexistencia de medidas que fomenten la estadía y un mayor número de visitas al balneario provoca un deterioro en la venta de artesanías, afectando la productividad y competitividad del sector artesanal. En temporada baja los artesanos tienen dificultad para vender la mercadería por lo que deben replantear la oferta o disminuir los precios lo que afecta sus ingresos.</p>

Gestión organizacional	
La creación de una Comisión Artesanal como parte de la Directiva Comunal encargada de establecer normas y reglas para fortalecer de manera constante la competitividad del sector, tendrá la función de gestionar y canalizar ante los organismos competentes los recursos y las acciones necesarias para dinamizar e impulsar el desarrollo sostenible de los artesanos de la localidad.	La ausencia de una Comisión Artesanal ocasiona que las necesidades del sector artesanal no sean consideradas por las organizaciones públicas y privadas encargadas de fomentar el desarrollo productivo. Existe inestabilidad en las reglas y normativas que regulan la actividad económica artesanal. No se controla, organiza y evalúa adecuadamente el comercio, promoción y ventas del sector.
Diversificación productiva	
La diversificación productiva, permite aprovechar al 100% las herramientas empleadas en la elaboración de artesanías, promueve la especialización en líneas específicas conforme a las potencialidades de la localidad y la demanda del mercado. El sector artesanal contaría con una oferta de productos diferenciados por diseño y calidad sin perder sus rasgos característicos, logrando mayor expansión y consolidación en el mercado.	Elaboración de artesanías con poca innovación y creatividad, se desaprovecha la totalidad de la materia prima y existe uso inadecuado de los equipos y herramientas. La oferta de productos limitada no satisface las expectativas de ingresos de los artesanos lo que genera inestabilidad en la actividad artesanal provocando la migración en búsqueda de mejoras alternativas laborales o se dedican a actividades temporales en el turismo u otro sector.
Mercado artesanal	
Un sitio dónde los turistas y visitantes, puedan realizar las compras de una gran variedad de artesanías y manualidades, contará con área administrativa, de información turística y artesanal, una sala de capacitación/conferencias y/o uso múltiple con equipo completo de proyección, los locales comerciales estarán técnicamente distribuidos para brindar una buena atención al cliente. La administración estaría a cargo de la comisión artesanal y el directorio comunal.	La falta de infraestructura adecuada ha creado desorganización en la venta de productos artesanales en la localidad, los artesanos exponen sus mercaderías en la calle donde los visitantes deben transitar, hay incomodidad y malestar de los pobladores por la falta de ordenamiento en la localidad. No existe un punto de referencia de la identidad cultural de la región que aporte a la regulación del comercio y la actividad artesanal. No existe una conexión directa entre los artesanos y la demanda.
Economía del conocimiento	
Abarca el rescate de la cultura y valores ancestrales para crear valor añadido en las artesanías estimulando la creatividad y las capacidades del talento productivo de la comunidad, así como el fortalecimiento de la productividad y competitividad del sector artesanal. La inversión en el recurso humano genera conocimientos y promueven ideas que se transforman en productos, procesos y organizaciones que impulsan el desarrollo socioeconómico.	Provoca la pérdida de valores y habilidades culturales ancestrales, ante la falta de capacitación, los artesanos orientan sus esfuerzos hacia otras labores incidiendo de manera negativa en la conservación de la práctica artesanal como actividad económica. Se minimiza la importancia del conocimiento como factor determinante de la competitividad, generándose capital humano y social incapaz de tomar decisiones acertadas y productivas.

Alianza estratégica	
<p>La intervención de la UPSE con la participación de los estudiantes de la carrera de Marketing, permitirá desarrollar estrategias comerciales con la participación de los artesanos apoyando los procesos de mercado y comercialización de artesanías. Quienes hayan cumplido con el 80% de la malla curricular, brindarían asesoría y acompañamiento profesional y empresarial, estudios de mercado, gestión de oportunidades en ruedas de negocios, apoyo en las ferias y eventos con la finalidad de generar mayor competitividad en el sector artesanal.</p>	<p>Inexistencia de acuerdos para alcanzar ventajas competitivas que involucren al sector artesanal, lo que impide lograr mayores niveles de desarrollo económico y social, afectando al mejoramiento del perfil empresarial y de la capacidad comercial. La falta de asesoría técnica específica para la mejora y desarrollo de nuevos productos provoca la pérdida de oportunidades de negocios y el logro de una mejor posición en el mercado. Se desaprovechan las ventajas que brindan las alianzas estratégicas para que el sector artesanal crezca, avance y se desarrolle de forma rápida, oportuna y sin grandes esfuerzos.</p>

Fuente: Investigación

Elaboración: Autores

Las decisiones sobre las acciones expuestas está en manos de los actores involucrados en el ámbito artesanal, cabe destacar que la propuesta se creó con la información proporcionada por los propios artesanos, quienes desean ser participantes del cambio, transformación y desarrollo sostenible del sector.

La intención de la presente investigación es la de aportar y apoyar a esta alternativa de trabajo, con el propósito de incentivar la producción artesanal y consolidar el sector, fomentando acciones encaminadas a fortalecer la competitividad a través de la capacitación, promoción y comercialización de las artesanías, lo que es fundamental para lograr mayores niveles de desarrollo social y económico.

4.7 CONCLUSIONES:

El sector artesanal de la comuna Montañita, tiene una alta representatividad en el desarrollo cultural y económico de la localidad y del país, generando empleo e ingresos para los habitantes de la comunidad, pero existe ausencia de liderazgo y organización en el sector por lo que esta actividad ha decaído en los últimos tiempos.

La elaboración de artesanías se basa en los conocimientos empíricos, valores y destrezas de los artesanos locales, quienes carecen de preparación técnica básica para la promoción y comercialización de sus productos, lo que se manifiesta como una desventaja para lograr su inserción en el mercado y en el contexto socioeconómico del país.

Existe un número bastante elevado de artesanos que no cuentan con la calificación artesanal por lo que no existe una participación activa y protagónica de los involucrados en el desarrollo productivo y competitivo del sector.

Los artesanos carecen de conocimientos básicos de estrategias de promoción para ubicar al sector artesanal en una mejor posición en el mercado actual y hacerlo conocer en otros mercados, lo que provoca graves falencias al momento de tomar decisiones acertadas o resolver los problemas que enfrentan.

El entorno artesanal de la comuna Montañita vive situaciones de cambio caracterizadas por la demanda de productos de alta calidad, sin embargo, los patrones de producción siguen siendo los mismos, generando deterioro en la comercialización de artesanías y un crecimiento desacelerado del sector que le impide articularse eficientemente en la economía.

Existen una serie de programas ofertados por organismos estatales que orientan sus esfuerzos al fortalecimiento de la competitividad en la microempresa artesanal que pueden aportar en la organización del sector, prestar su contingente para fomentar la diversificación productiva o el rescate de los valores culturales y ancestrales.

No se conoce de acuerdos o alianzas estratégicas que se encuentren ejecutando a favor del sector artesanal, reflejado en una baja productividad, competitividad y rentabilidad.

4.8 RECOMENDACIONES:

El sector artesanal debe estar preparado para los constantes cambios que se dan en su entorno, si se quiere mantener en un mercado altamente versátil, será necesario que de manera continua se analicen los objetivos propuestos y las estrategias planteadas, a fin de construir bases sólidas para adaptarse con facilidad a los embates de la competitividad.

La formación y preparación de los artesanos debe ser permanente y adaptada a las necesidades del sector para enfrentar con estrategias competitivas los problemas socioeconómicos y los desafíos que se generan en el entorno.

Propiciar la diversificación, respaldando la versatilidad en los procesos productivos para agregar valor en la generación de los productos artesanales. La investigación de las unidades económicas artesanales, permite establecer que pueden alcanzar mayores niveles de productividad y rentabilidad si se ejecutan acciones que faciliten la superación de sus limitaciones productivas en el área de mercadeo, gestión y organización.

Implementar estrategias válidas, que les permitan aprovechar sus fortalezas y oportunidades, a fin de generar ventajas competitivas, fomentar la eliminación de los intermediarios y proporcionar alternativas de solución para optimizar la gestión productiva y la gestión de mercado, posibilitando el aumento de la competitividad en el sector.

Un diseño estratégico que fortalezca la competitividad del sector artesanal debe contar con información del mercado, identificar productores, consumidores y sus interrelaciones, así como sus necesidades y preferencias, los artesanos están conscientes de que una alianza estratégica con la Universidad Estatal Península de Santa Elena les permitirá los cambios potenciales necesarios que se lograrían con estrategias de promoción para el sector artesanal a través de acuerdos institucionales.

Considerar esta investigación como un instrumento para integrar las capacidades y recursos del sector artesanal y los gobiernos locales orientados a consolidarse en el mercado nacional e internacional. Debido a la dinámica permanente del sector resulta, necesario que este trabajo sea enriquecido de manera permanente con la experiencia de los artesanos y las organizaciones involucradas en mejorar la competitividad de la microempresa artesanal.

BIBLIOGRAFÍA

BELOHLAVEK, P. (2005). *Conocimiento, La Ventaja Competitiva*. Ediciones Blue Eagle Group.

CABASCANGO, J. (2009). *Proyecto: Centro Artesanal ARTE-SANO*. Tesis de Grado presentada como requisito para la obtención de Título de Maestría en Administración de Empresas. Universidad San Francisco de Quito.

CEPAL (2004). Artículo N° 35. *El Empleo e Ingresos rurales no agrícolas en América Latina*.

CHIAVENATO, I. (2009). *Comportamiento Organizacional. La Dinámica del éxito en las organizaciones*. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill. Interamericana Editores, S.A. México.

EGUIGUREN, M. & BARROSO, E. (2011). *Empresa 3.0: políticas y valores corporativos en una cultura empresarial sostenible*. Ediciones: Pirámide S.A. Colección Empresa y Gestión.

FERNÁNDEZ–HUERGA, E. (2010). *La teoría de la segmentación del mercado de trabajo: enfoques, situación actual y perspectivas de futuro*.

FUENTES, H.; HERNÁNDEZ, E.; MONTOYA, J. (2007). *El proceso de Investigación Científica. Orientado a la Investigación en Ciencias Sociales*. Universidad Estatal de Bolívar. Guaranda.

GARCÍA, E. (2010). *Desarrollo Económico Sustentable en el cordón costero de la provincia del Guayas y Santa Elena*. Fundación NOBIS.

HERNÁNDEZ, G. (1999). *Competitividad y Éxito. Algunas tendencias actuales y su repercusión para el sector empresarial cubano*. Centro de Estudios de Dirección Empresarial Universidad Central Marta Abreu de las Villas. Santa Clara. Cuba.

HILL, Ch. W. & GARETH R. J. (2005). *Administración estratégica. Un enfoque integrado*. México: Mc Graw Hill Interamericana.

- IVANCEBICH, J. M. (2003). *Planificación de Estrategias para el éxito empresarial*.
- MARTÍNEZ, L. (1996). *Los campesinos artesanos en la Sierra Central: el caso Tungurahua*. Colección CAAP EC Ecuador.
- MARX, K. (1973). *El Capital*.
- MENDOZA, M. & GARZA J. (2009). *Procesos de cambio y desarrollo organizacional*. Universidad Autónoma de Aguascalientes. México.
- MORELA, M. (2012). *Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES. Elaboración de Artesanías y Joyas para Exportación*. FLACSO – MIPRO. Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
- MORENO, Á. (2009). *Estudio para la Diversificación Productiva de Santa Elena y Guayas*. Fundación NOBIS – Banco Interamericano de Desarrollo.
- PAGÉS, C. (Ed). (2010). *La era de la productividad. Cómo transformar las economías desde sus cimientos*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- PÉREZ, B. & CARRILLO, E. (2000). *Desarrollo Local: Manual de uso*. ESIC Editorial. Madrid – España.
- PORTER, M. (2009). *Ser Competitivos. Nuevas aportaciones y Conclusiones*. Editorial DEUSTO. España.
- QUÍÑONEZ, M. (2012). *Estudio de la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales*. Caso Esmeraldas, República del Ecuador, en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 175.
- STANTON, W.; ETZEL, M. & WALKER, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. 14ava Edición. Editorial McGraw-Hill
- TELLO, M. (2006). *Las teorías del desarrollo económico local y la teoría y práctica del proceso de descentralización en los países en desarrollo*. CIES. Universidad Católica del Perú.

THOMPSON, A.; PETERAF, M.; GAMBLE, J. E. & STRICKLAND, A. J. (2012). *Administración Estratégica. Teoría y Casos*. Décimo Octava Edición. Mc Graw Hill – Educación.

VALAREZO, G. & TORRES, V. H. (2004). *El desarrollo local en el Ecuador*. Primera Edición. Quito, Ecuador. Ediciones Abya – Yala.

VALLE, A. (2004). *Curso Básico de Economía. Teoría de la Producción*. Instituto Tecnológico de Tijuana.

VARELA, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson Education. Bogotá Colombia.

OTRAS FUENTES

- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
- Consejo Nacional de Competitividad.
- Consejo Nacional para la Reactivación de la Producción y Competitividad.
- Constitución de la República del Ecuador 2008.
- Corporación de Desarrollo Empresarial de Esmeraldas.
- Fondo Nacional del Microcrédito.
- Fundación Gente Productiva.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano.
- Ley de Fomento Artesanal 1996
- Ley de Defensa del Artesano 1953
- Ley Orgánica de Libre Competencia Económica 2011.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria - 2011
- Ministerio de Industrias y Productividad.
- Ministerio de Turismo. Principales Indicadores de Turismo. Octubre 2014.
- Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador - PIMTE 2014.
- Plan Nacional de Desarrollo 2009 – 2013.
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017.

- Plan Preliminar de Desarrollo de la provincia de Santa Elena 2008.
- Subsecretaría de Mipymes y Artesanías.
- Prefectura de la provincia de Santa Elena.

Páginas Web consultadas

<http://capacinet.gob.mx/Cursos/Aprendamos%20Juntos/planeacionestrategica/temaIV.html>

[http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/13220/5/Formulaci%C3%B3n%20de%20la%20estrategia%20\(Parte%20tercera\).pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/13220/5/Formulaci%C3%B3n%20de%20la%20estrategia%20(Parte%20tercera).pdf)

<http://economaiyisela.blogspot.com/2010/02/teoria-de-la-produccion.html>. Teoría de la Producción.

http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_Valdivia. Arte de la Cultura Valdivia.

<http://karitotaz22.blogspot.com/2007/07/sector-artesanal-ecuadoriano.html>

<http://mundonegocios.net/3-pasos-para-construir-una-ventaja-competitiva-sostenible/>

<http://telefonode.blogspot.com/2013/08/niif-para-microempresas-partir-del-31.html>

http://www.cidap.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=273&Itemid=144&lang=es

<http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2013/02/modulo7bajaresolucion-110623125945-phpapp01.pdf>. El enfoque del desarrollo económico territorial.

http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf

<http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacionJoseFranco.pdf>

http://www.ehowenespanol.com/pasos-crear-estrategia-corporativa-info_262145/

<http://www.emprendices.co/teoria-de-la-estrategia/?PageSpeed=noscript>

<http://www.eumed.net/cursecon/3/Factores.htm>

<http://www.ideasparapymes.com/contenidos/servicio-a-cliente-ventaja-competitiva-pymes.html>

<http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/1798-estrategia-empresarial-i.html>

<http://www.merca20.com/las-3-mejores-formas-para-desarrollar-una-ventaja-competitiva/>

http://www.revistalideres.ec/emprendedores/MarcoLopez-sectorartesanal-Ecuador-entrevista-artesano_3_958734118.html

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/sector-artesanal-involucra-a-45-millones-de-ecuatorianos.html>

ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta a los artesanos



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
Carrera: ECONOMÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS DE LA
COMUNA MONTAÑITA

Año 2014

OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO

OBJETIVO GENERAL

Recopilar información sobre la opinión de los artesanos respecto a la necesidad de una estrategia para fortalecer la competitividad del sector artesanal.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recoger datos sobre la producción y comercialización de productos artesanales en la comuna Montañita, parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena.
- Conocer la opinión de los informantes calificados acerca del aporte que brindaría una estrategia competitiva al fortalecimiento del sector artesanal.
- Conseguir información sobre los beneficios que obtendría la comunidad con la implementación de una estrategia competitiva en el sector artesanal.



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
Carrera: ECONOMÍA
ENCUESTA A LOS ARTESANOS

Para contestar este instrumento tome en cuenta las siguientes indicaciones:

- Sírvase leer detenidamente las preguntas.
- Revisar todas las opciones.
- Marcar la alternativa que se adecúe a la realidad (Marcar una sola respuesta).
- Se solicita que conteste todas las preguntas con la mayor sinceridad a fin de lograr resultados exitosos en la investigación.
- Si existe alguna duda sobre las preguntas con gusto el encuestador le proporcionará ayuda.
- Su colaboración es de mucha importancia para el presente estudio.

I. Información General

Condición del informante

Edad: 20-30 años 31-40 años 41 o más años

Género: Masculino Femenino

Educación: Primaria Secundaria Superior Otros

II. Información Específica

1. ¿Qué grado de importancia le da usted a sus conocimientos y habilidades en la generación de sus ingresos?

Muy Importante Poco Importante

Sin importancia No contesta

¿Por qué?

2. ¿Qué tipo de herramientas requiere para complementar su taller artesanal y cambiar la forma de producción actual?

Manuales Eléctricas

Alta tecnología No contesta

¿Por qué?

3. La competencia extranjera, respecto a la venta de sus artesanías, ¿les ha ocasionado efectos negativos en la comercialización de sus productos?

Sí No No contesta
¿Por qué?

4. ¿Cómo valoraría usted la implementación de acciones concernientes fortalecer el sector artesanal?

Muy Valioso Poco valioso
Intrascendente No contesta
¿Por qué?

5. ¿Cree usted que el sector artesanal de la comuna Montañita tiene oportunidades comerciales en mercados extranjeros?

Sí No No contesta
¿Por qué?

6. ¿Es necesaria una mayor promoción de los productos artesanales elaborados en el Ecuador?

Muy necesario Poco necesario
Innecesario No contesta
¿Por qué?

7. ¿Qué grado de aceptación tienen sus productos en el exterior?

Alto Medio
Bajo No contesta
¿Por qué?

8. ¿Cómo calificaría usted el apoyo público o privado hacia el sector artesanal de la comuna Montañita?

Excelente Bueno
Malo No contesta ¿Por qué?

9. La implementación de una estrategia competitiva para el sector artesanal fortalecería la productividad laboral y el desarrollo local.

Sí No No contesta

10. Para diseñar una estrategia competitiva, la organización actual del sector artesanal, es:

Excelente Satisfactoria
Regular No contesta

11. ¿Considera usted que existe algún tipo de restricción para implementar una estrategia de competitividad en el sector artesanal de la comuna Montañita?

Sí No No contesta

12. ¿Conoce los beneficios que brinda la Junta Nacional de Defensa del Artesano con la vitrina virtual para ofrecer sus productos?

Mucho Poco
Nada No contesta

13. ¿Conoce cómo funciona la herramienta exporta fácil que fomenta la inclusión de las artesanías ecuatorianas en los mercados internacionales?

Mucho Poco
Nada No contesta

14. ¿Conoce el programa de fortalecimiento de imagen corporativa y diseño de sitios web que ofrece el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones?

Sí No No contesta

15. Una estrategia de competitividad que brinde oportunidades comerciales y acceso a nuevos mercados, es:

Muy necesaria Poco necesaria
Innecesaria No contesta

Lugar y Fecha

Gracias por su amable colaboración

Anexo N° 2 Entrevista a dirigentes parroquiales



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
Carrera: ECONOMÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMUNEROS DE
MONTAÑITA**

Año 2014

OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO

OBJETIVO GENERAL

Recopilar información sobre la opinión de los dirigentes parroquiales respecto a la situación de los artesanos y del sector al que pertenecen.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recabar datos sobre la problemática del sector artesanal en la comuna Montañita.
- Conocer las expectativas de los directivos de la comuna sobre la implementación de una estrategia competitiva en el sector artesanal.
- Conseguir información sobre el impacto que generaría una estrategia en el desarrollo y progreso de la localidad.



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

Carrera: ECONOMÍA

ENTREVISTA A LOS DIRIGENTES DE LA COMUNA

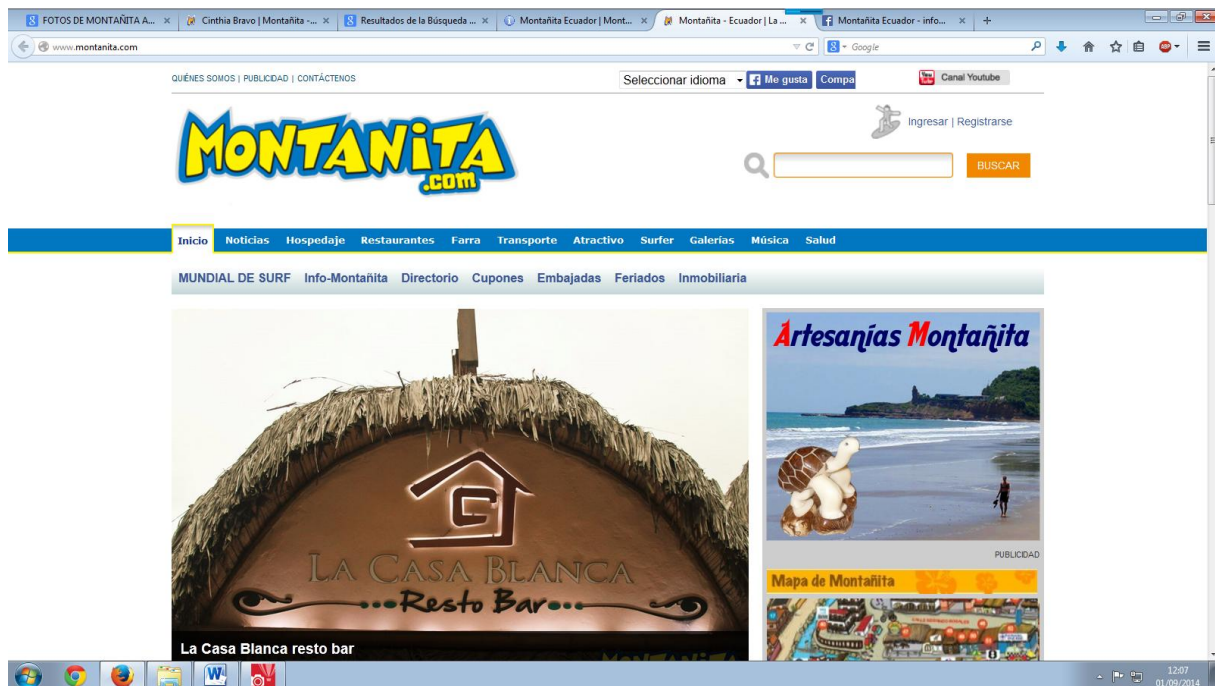
Instrucciones: Para contestar este instrumento sírvase emitir su criterio personal acerca de las situaciones que se plantean en las preguntas. De su aporte depende el éxito del estudio.

ÁREAS E INDICADORES	
1.	¿Conoce de cerca la problemática del sector artesanal en la comuna Montañita?
2.	¿Considera que los artesanos se encuentran plenamente organizados para implementar algún tipo de acción que los beneficie?
3.	¿Estima conveniente la participación de algún organismo del estado en el fortalecimiento del sector artesanal de la comuna Montañita?
4.	¿Cree usted que los artesanos deben diversificar sus productos para mejorar las ventas?
5.	Considera usted que la comuna dispone de mano de obra artesanal con buen nivel de productividad?
6.	¿Considera que los artesanos de la localidad están en capacidad de ofrecer un producto de mejor calidad?
7.	¿Sería positivo para el desarrollo de la comuna y sus alrededores que sus artesanos implementaran una estrategia competitiva para fortalecer sus negocios?
8.	¿Estima necesario que los artesanos deban capacitarse para fortalecer sus habilidades y capacidades en los negocios?
9.	¿Los artesanos han aprovechado los beneficios que otorgan organismos como el MIPRO?
10.	¿Considera usted que existe algún impedimento para fomentar la competitividad del sector artesanal de la comuna Montañita?

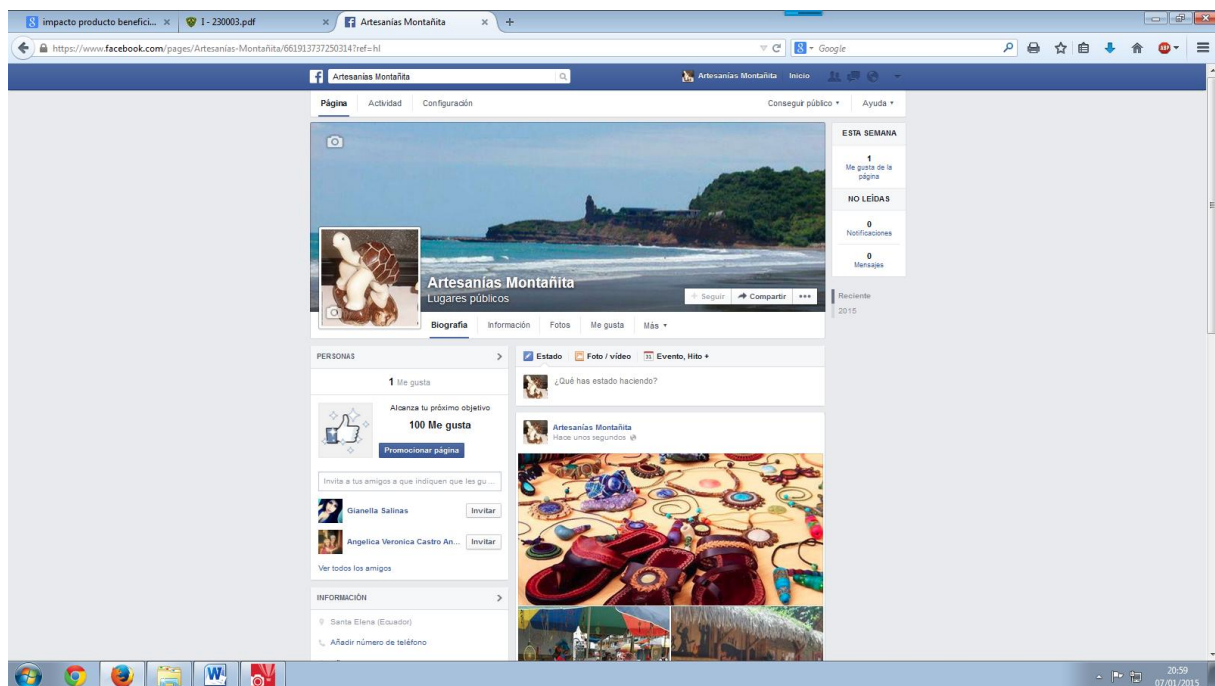
Lugar y Fecha.....

Gracias por su amable colaboración

Anexo N° 3 Posible espacio del sector artesanal en la Página Web Montañita.com



Anexo N° 4 Página de Facebook para promocionar las artesanías de Montañita



Anexo N° 5 Fotografías del servicio prestado



Anexo N° 6 Presupuesto Referencial para el mercado artesanal

OBRA: MERCADO			UBICACIÓN: CANTÓN SANTA ELENA		
ÍTEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1.- PRELIMINARES					
1.1	Caseta de guardiana	m ²	15.00	25.00	375.00
1.2.-	Limpieza y arreglo del terreno	m ²	143.98	1.10	158.38
1.3.-	Trazado y replanteo	m ²	143.98	1.20	172.78
					706.15
2.- MOVIMIENTO DE TIERRAS					
2.1.-	Excavación manual	m ³	43.19	7.70	332.56
2.2.-	Re plantillo	m ³	43.19	6.60	285.05
2.3.-	Relleno hidratado y compactado	m ³	112.30	14.60	1,639.58
					2,257.20
3.- CIMENTOS					
3.1.-	Muro de piedra base	m ³	12.71	131.68	1,673.65
3.2.-	Re plantillo	m ³	1.58	145.00	229.10
3.3.-	Plinto	m ³	5.98	418.32	2,501.55
3.4.-	Riostra	m ³	6.35	487.16	3,093.47
					7,497.77
4.- ESTRUCTURA					
4.1.-	Pilares	m ³	6.78	590.95	4,006.64
4.2.-	Vigas	m ³	9.84	531.00	5,225.04
4.3.-	Pilaretes	ml	114.70	15.18	1,741.15
4.4.-	Dinteles	ml	6.54	15.18	99.28
4.5.-	Mesones	m ²	22.58	280.00	6,322.40
4.6.-	Loseta de tanque elevado	m ³	1.44	280.00	403.20
4.7.-	Cisterna 2,00 x 2,00 x 1,50	m ³	3.00	418.32	1,254.96
4.8.-	Viguetas	ml	105.94	15.18	1,608.17
					20,660.83
5.- MAMPOSTERÍA					
5.1.-	Paredes PL 9	m ²	256.58	16.50	4,233.57
5.2.-	Bloques ornamentales	m ²	2.88	18.35	52.85
					4,286.42
6.- ENLUCIDO					
6.1.-	Enlucido de pared	m ²	453.16	7.80	3,534.65
6.2.-	Enlucido de mesones	m ²	22.58	7.80	176.12
6.3.-	Enlucido tumbado de loseta	m ²	2.88	7.80	22.46
6.4.-	Cuadrada de boquete de ventana	ml	171.86	5.35	919.45
6.5.-	Cuadrada de boquete de puerta	ml	68.36	5.35	365.73
6.6.-	Enlucido de fillos	ml	480.44	1.82	874.40
					5,892.81
7.- INSTALACIONES ELÉCTRICAS					
7.1.-	Punto de luz	pto	10.00	42.82	428.20
7.2.-	Luminaria Fluorescente 3x32	un	13.30	85.00	1,130.50
7.3.-	Tomacorriente doble polarizado	ml	22.00	43.00	946.00
7.4.-	Conexión a tierra	un	1.00	26.40	26.40
7.5.-	Acometida eléctrica	ml	50.00	6.92	346.00
7.6.-	Panel de breakers de 6 a 12	un	1.00	246.20	246.20
7.7.-	Tomacorriente de refrigeradora	pto	5.00	46.52	232.60
7.8.-	Tomacorriente de 220v	pto	1.00	73.20	73.20
					3,429.10

8.-	INSTALACIONES SANITARIAS				
8.1.-	Punto de AA.PP	pto	10.00	48.97	489.70
8.2.-	Tubería de agua potable 3/4"	ml	14.00	10.47	146.58
8.3.-	Tubería de agua potable 1"	ml	15.00	8.60	129.00
8.4.-	Tubería de agua potable 1/2"	ml	27.00	8.60	232.20
8.5.-	Punto de AA.SS	pto	11.00	48.23	530.53
8.6.-	Tubería de agua servida 2" pvc	ml	28.00	7.48	209.44
8.7.-	Tubería de agua servida 4" pvc	ml	6.00	16.22	97.32
8.8.-	Tubería de agua servida 6" pvc	ml	26.00	16.90	439.40
8.9.-	Inodoro y accesorio	un	2.00	141.90	283.80
8.10.-	Lavamanos y accesorio	un	2.00	85.67	171.34
8.11.-	Urinario y accesorio	un	1.00	122.80	122.80
8.12.-	Lavadero de 1 pozo acero inox	un	4.00	148.00	592.00
8.13.-	Llave de control	un	2.00	28.60	57.20
8.14.-	Caja de registro	un	6.00	102.60	615.60
8.15.-	Tapa caja de registro	un	6.00	40.00	240.00
8.16.-	Rejilla de piso sumidero	un	4.00	20.40	81.60
8.17.-	Bomba 1 hp	un	1.00	900.00	900.00
8.18.-	Tanque elevado 500 litros	un	1.00	300.00	300.00
					5,638.51
9.-	SOBREPISOS				
9.1.-	Contrapiso de h/simple	m ²	143.98	18.62	2,680.91
9.2.-	Malla electro soldada R-64	m ²	143.98	7.70	1,108.65
9.3.-	Baldosines de alfadomus	m ²	39.61	28.20	1,117.00
					4,906.56
10.-	PISOS				
10.1.-	Cerámica en piso de ingreso	m ²	54.02	28.20	1,523.36
					1,523.36
11.-	REVESTIMIENTOS				
11.1.-	Cerámica en pared de baños	m ²	39.20	29.56	1,158.75
11.2.-	Cerámica en piso de baños	m ²	8.40	30.25	254.10
11.3.-	Granito lavado en mesones	m ²	22.58	22.42	506.24
					1,919.10
12.-	CERRAJERÍA				
12.1.-	Rejas metálicas en ventanas ext	m ²	40.92	107.18	4,385.81
12.2.-	Rejas enmarcadas en puestos	m ²	43.60	107.18	4,673.05
12.3.-	Puertas de rejas en puestos	m ²	6.62	115.20	762.62
12.4.-	Puertas enrollables	m ²	15.00	206.50	3,097.50
					12,918.98
13.-	PINTURA				
13.1.-	Pintura de caucho int. y ext.	m ²	478.62	5.80	2,776.00
13.2.-	Pintura de esmalte en rejas	m ²	421.14	6.20	2,611.07
					5,387.06
14.-	CUBIERTA				
14.1.-	Cubierta de eternit con estr. metal.	m ²	169.48	35.90	6,084.33
					6,084.33
15.-	VARIOS				
15.1.-	Limpieza final	m ²	183.59	1.10	201.95
15.2.-	Bordillo h/simple	ml	27.10	20.80	563.68
					765.63
TOTAL					\$ 83,873.82
SON: OCHENTA Y TRES MIL OCHOCIENTOS SETENTA Y TRES 82/100 DÓLARES					

Fuente: Tesis: Red de mercados para el sector alimenticio en el cantón Santa Elena por medio del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. Año 2013.